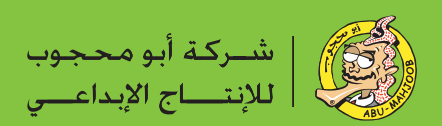
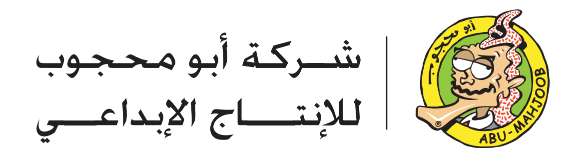
دليل الصحفي



شركة أبو محجوب للإنتاج الإبداعي

دليل الصحفي



الزملاء الكرام،

لقد استهلك هذا الدليل الذي بين يديكم الكثير من الوقت والجهد حتى خرج بصيغته النهائية، ولكن مؤسسة أبو محجوب للإنتاج الإبداعي ترى أن ما يحمله من قيمة يفوق بكثير ما وضع فيه من جهد. إننا نرى في هذا المشروع علامة بارزة ومعلما في طريق التقدم، ليس بالنسبة لقطاع الإعلام في الأردن فحسب، بل أيضا بالنسبة لعموم الناس في بلدنا.

ونود كذلك أن نعبر عن امتناننا لمن اختارنا كشريك يسهم في إنجاز هذا المشروع المهم، وعن سعادتنا لأنه منحنا الفرصة للعمل جنبا إلى جنب مع نخبة من أبرز المهنيين العاملين في مجال الصحافة والإعلام في الأردن.

عندما طرح موضوع هذا الدليل الإعلامي للنقاش بيننا وبين آيركس، أدرك كلانا مقدار الأهمية الحيوية وحجم الخدمة التي يمكن أن يقدمها دليل العمل الصحفي كمرجع قيّم للعاملين في هذا المضمار. وأدركنا في الوقت ذاته درجة الصعوبة والتعقيد الكامنة في إنتاج دليل موحد للبلد ككل. وبناء على هذا الفهم لواقع المشروع، برزت فكرة الخروج بـ «دليل الصحفي» ليكون بمثابة «قالب معياري» يمكن للمؤسسات الإعلامية في المملكة أن تعدله وتكيفه وتبني عليه لكي تضع دليل أسلوب خاص بها.

وهدفنا من وراء هذا الكتيب أن نؤسس لنزعة اعتماد المقاييس والأصول بين المؤسسات الإعلامية والأفراد على حد سواء وأن نزرع روح التنافس الإيجابية التي من شأنها أن تدفع نحو التقدم المستمر لصناعة الإعلام ككل.

ونأمل أن تتسرب روح المنافسة هذه للأفراد ذوي العلاقة، مما يرفع من سوية المعايير المهنية لدى صحفيينا ووسائل إعلامنا وسقف التوقعات والطموح لديهم.

وعليه نود أن نؤكد أنه في الوقت الذي أطلقنا فيه رؤيتنا ووضعناها على مسار التنفيذ العملي، نود أن نرى كل مؤسسة إعلامية أردنية تضع دليل أسلوبها الخاص ليكون المرجع المعياري الشفاف لأفضل الممارسات في سياق أدائها لعملها. وقد وضعنا هذا الدليل ليكون نقطة انطلاق لوضع دليل أسلوب للمؤسسات الإعلامية التي تفتقر لمثل هذا المرجع ومرشدا لتلك التي تملك دليلها الخاص بها وتنوي تطويره وتحديثه. ونأمل منكم استغلال هذا المرجع المتاح بالصورة المثلى، فتتصرفون بمضمونه وتبنون على ما ورد فيه وتعدلونه حسب حاجتكم لتخرجوا في نهاية المطاف بدليل أسلوب يتناسب مع غايات مؤسساتكم ومهماتها.

وكلما كانت الفوائد التي تجنونها من هذا الدليل أكثر، اكتسبت مهمتنا المزيد من القيمة والمصداقية والشرعية، وهو مبتغانا ومنتهى آمالنا في مؤسسة أبو محجوب.

ولكم التحية

مؤسسة أبو محجوب للإنتاج الإبداعي

المحتويات

مسؤولية الصحفي
تجاه المجتمع



تمهيد:

مسؤولية الصحفي تجاه المجتمع

- خطت الصحافة الأردنية خطوات واسعة في « مهنة المتاعب » حتى أضحت اليوم مؤسسات وطنية لها دورها الفاعل في التوعية والإخبار والتثقيف والتنوير وتشكيل الآراء وأصبح لها الحضور الفاعل في المشهد الإعلامي العربي والدولي.
- وقد ارتبطت الصحافة منذ بدايات تأسيسها بالفكر والمعرفة والإبداع وكان للأدباء والسياسيين والمفكرين دور الريادة في اقتحام ميادينها وحقولها المتنوعة والتأسيس لفنونها ومجالات الخدمة المعرفية التي تقدمها حتى أصبحت اليوم علماً قائماً بذاته تدرسه جامعات ومعاهد مرموقة في العالم أجمع.
- وشهدت الصحافة الأردنية عبر مسيرتها الطويلة مراحل من المد والجزر في تصدّيها لقضايا الوطن والمواطن وذلك لطبيعة الظروف السياسية التي مرّ بها الأردن والمنطقة. ففي مرحلة الأحكام العرفية تراجع الدور الوطني للصحافة الأردنية وعانت كثيراً من القوانين والأحكام الجائرة بحقها وبحق العاملين بها كالمنع من الصدور والإغلاق والحرمان من الكتابة وغيرها.
- أما المرحلة الديمقراطية التي بدأت مع تسعينيات القرن الماضي، فقد شهدت نقلة نوعية في عدد الإصدارات وفي سقف الحريات الصحفية، وأضحى للصحافة دورها في التصدي للعديد من قضايا الفساد والمساهمة في تشكيل الرأي العام، إلا أنها مازالت ترزح تحت تأثير نحو (٢٤) قانوناً، تضع في مجملها عثرات كبيرة في تدفق المعلومات وفي سقف الحريات.
- ولما كان الصحفي يعد جوهر العملية الصحفية، لأنه العين التي ترى الصحيفة من خلاله الأحداث، والأذن التي تسمع بها لما يجري في المجتمع، والعقل الذي يحلل ويحكم على الأشياء والظواهر والأحداث، وهو في النهاية الذي يخاطب الناس، ويقدّم لهم الرسائل الإعلامية على اختلاف مضامينها وفنون كتابتها. فإن مسؤوليته تجاه نفسه وتجاه قراءه، أن يسلح ذاته بالعلم والمعرفة المتخصصة، وبالمزيد من حلقات التدريب المتنوع، لما لذلك كله من أهمية في رفع مستوى الكفاءة المهنية والاقتدار الصحفي.
- إن الكفاءة المهنية التي يكتسبها الصحفي، من شأنها أن تنعكس على الكيفية التي يتعاطى بها مع الأحداث، وهي بالتالي كفيلة لأن تحقق الموضوعية والحياد والتوازن في عرض الآراء والمعلومات.
- يقول الكاتب خالد محادين «بعد أربعين عاما من الكتابة في الصحف المحلية والعربية، وبعد خمسة عقود من بدء محاولاتي في الكتابة، أجد صعوبة حقيقية في كتابة بعض سطور في الحديث عن هذه التجربة الطويلة والصعبة والغنية ، وصعوبة اكبر في أن أقدم هذه التجربة لجيل جديد وواعد يتقدم الآن لأخذ موقعه بشجاعة وصدق والتزام، ولهذا اكتفي بالقول : أيها القادمون والقادمات مملوءين بالأمل ومنتصرين على كل أشكال الإحباط، كونوا أنفسكم، لا تكتبوا بغير أقلامكم ولا تسمحوا لأحد بوضع نقاط أو حذف نقاط عن سطوركم، فالكلمة ليست مجرد قوة هجومية ولكنها أيضا قوة دفاعية عن وطنكم وأمتكم وشعبكم ، وحملها أمانة لم يحملها سوى الأنبياء والمصلحون والمفكرون والثوار، لا تنتصروا لغير ضمائركم ولا تسمحوا بتخويفكم وتيئيسكم ، وأقلامكم وان كانت من خشب أو بلاستيك تخترق الفولاذ والحديد، وتأكدوا أنكم أكثر شجاعة وأنبل مسؤولية من أعداء الحق والحقيقة والكبرياء والانتماء ولكم كل المستقبل إذا كان لهؤلاء حاضرهم الزائف».
- أما نقيب الصحفيين الأردنيين السابق طارق المومني فيشدد على ضرورة تمسك وسائل الإعلام بالمهنية والبحث عن الحقيقة «لكي تحتفظ وسائل الإعلام بثقتها وصدقيتها وجاذبيتها لجمهورها حبا واقتناعا لا فرضا وإكراها لابد أن تتحرى الحقيقة وتتوخى الصدق والدقة والموضوعية، وتحرص كل لحظة على صقل أدواتها وتحديث وسائلها وأساليبها متمسكة بالرأي الحر ومعززة بالفكر المستنير والرؤى الثاقبة، ولن يتحقق ذلك إلا بالعمل الدءوب وتطبيقات العلم الحديث في عصر لم يعد يعترف بغير المعلومة الدقيقة والصحيحة المتكاملة ، عصر أصبحت فيه العزلة خياراً مستحيلا وترفا وعبئا لا نحتمله، وبات الحوار لا الصدام والصراع ضرورة مهما كانت دعاوى الصدام عالية ومدوية».
- ويأتي « دليل الصحفي » ليؤكد على هذه المضامين السامية في العمل الصحفي، ويبسط الحقائق والمعارف والأشكال الصحفية للممارسين وخاصة المبتدئين منهم، ليكون معيناً لهم في أدائهم لرسالتهم الإنسانية التي تقوم على الحقيقة والدقة دوماً وأبداً.
- وقد جهد الذين ساهموا في إعداد هذا الدليل ليكون مرجعية في فنون الكتابة الصحفية، وذلك من خلال توضيح أنماطها وقوالب كتابتها، من الخبر الصحفي إلى التحقيق الصحفي، مروراً بالفنون الأخرى كافة، مع الإشارة إلى أخلاقيات العمل الصحفي، وأهمية المعرفة القانونية، وقواعد اللغة العربية، وغيرها الكثير من الفصول والأبواب التي تضمنها هذا الدليل.
- وأشرف على إعداد وإنجاز هذا الدليل، فريق من الخبراء الإعلاميين الأكاديميين والمهنيين، الذين حرصوا على تضمينه علومهم وخبراتهم، ليرفدوا الصحفي الأردني بما يحتاج إليه في ميادين الكتابة والإبداع الصحفي.

شارك في إعداد هذا الدليل

- الدكتور أمجد القاضي
- الدكتور عزت حجاب
- الدكتور علي نجادات
- الدكتور حاتم علاونة.
- الدكتور خالد الشقران
- الأستاذة رنا الصباغ
- الأستاذ محمد جهاد الشريدة
- الأستاذ يحيى شقير
- الأستاذ محمد عمر
- الأستاذ زياد الرباعي
- الأستاذ بشار قبلان

الأخبار



- تتباين تعريفات الخبر بحسب المراجع والصحفيين، لكن في المجمل يعني التقرير الذي يكتبه الصحفي عن المعلومات والوقائع والتطورات والاحداث التي يجب أن تكون على درجة من الأهمية بالنسبة لجمهور القراء.
- إن مهمة المندوب الصحفي مضنية تتضمن جمع الحقائق والتحقق منها بعناية لتوخي الدقة. وينبغي للمعلومات التي يجمعها الصحفي أن تجيب على أسئلة معروفة باختصار أول حروفها باللغة الإنكليزية (Five W's and an H) وهي (من وماذا و أين ومتى ولماذا وكيف) واعتمادا على مدى تعقيد القصة، قد يطرح الصحفي تلك الأسئلة بعدة طرق مختلفة.

الأسئلة الستة

- الأسئلة الستة
- من (Who) الشخص أو الجهة التي تتناولها المعلومة الاخبارية
- ماذا (What) ماذا حدث؟
- أين (Where) أين وقع الحدث؟
- متى (When) متى حدث هذا الأمر؟
- لماذا (why) السبب أو الهدف الذي تغطيه المعلومة أو الحدث
- كيف (How) كيف وقع الحدث؟

مثال

- تحطمت (ماذا) أمس (متى) طائرة ركاب فنزويليه (من) فوق المحيط الأطلسي (أين). وذكرت هيئة الطيران المدني الفنزويليه أن الحادث وقع بسبب عطل فني (لماذا)، وأضافت أن النيران اشتعلت في مؤخرة الطائرة مما أدى إلى انشطارها إلى جزأين وسقوطها فوق المحيط (كيف).
- القيم الإخبارية
- حتى تكون الأخبار صالحة للنشر يجب أن تتوافر فيها القيم الإخبارية التالية:
- الجدة أو الحالية: جديدة ومجارية للأحداث.
- الفائدة أو المصلحة الشخصية أو العامة: تتضمن معلومات تمس مصالح أكبر عدد ممكن من القراء سواء كان ذلك من ناحية إيجابية أو سلبية، كأن تتناول الأخبار زيادة الرواتب، اكتشافات نفطية أو زيادة للضرائب.
- التوقيت: توقيت عرض المعلومة على القراء كوصول شحنة من الأرز المستورد في الوقت الذي يعاني فيه البلد من أزمة في هذه السلعة.
- الضخامة: تكمن أهمية الخبر بزيادة عدد الذين يهتمون به.
- القرب المكاني: يولي القراء أهمية متوالية للأخبار التي تقع في أحيائهم ومدنهم ودولهم، فأبناء أربد يهتمون في الإحداث التي تقع في مدينتهم أكثر من أبناء الكرك والأردني يهتم بأي حدث يقع داخل وطنه أكثر من السوري وهكذا...
- الأهمية / الشخصيات البارزة (الشهرة): الأشخاص تصنع الإحداث، كرجال السياسة ونجوم السينما، والأماكن المشهورة تاريخياً وسياحياً وسياسياً.
- الصراع: الأخبار التي تتناول موضوعات الحروب والثورات والانقلابات والنزاعات.
- المنافسة: كالانتخابات النيابية والبلدية والنقابية والمسابقات الرياضية.
- التوقع أو النتائج: ما تثيره المعلومة لدى القارئ من توقع أو احتمالات أو نتائج وعواقب... التحقيق مع رئيس وزراء إسرائيل حول رشاوى وفضائح جنسية، الرئيس المصري يعاني من مرض خطير يهدد صحته... الخ.
- الغرابة والطرافة: من أهم عناصر التشويق الإخباري هي طرافة الخبر وغرابته، كزواج سعودي من أربع نساء في ليلة واحدة.
- الاهتمامات الإنسانية: مجموعة العناصر التي تضفي على الخبر بعداً عاطفياً وإنسانيا، كالحب والكره والغيرة والشفقة والرعب والتضحية وغيرها.
- الإثارة: الأخبار التي تخاطب الغرائز كالجنس والجرائم والفضائح، وتكون إيجابية وسلبية.
- الإثارة الإيجابية: نشر المعلومات المتعلقة بأحداث الجرائم أو الجنس دون أغراق في سرد التفاصيل والهدف من نشرها:
- إطلاع القراء على ما يحصل في مجتمعاتهم.

- توعية أفراد المجتمع وتحصينهم ضد هذه السلوكيات المنحرفة.
- الإثارة السلبية: مخاطبة الغرائز الدفينة لدى القراء والمبالغة والتهويل والكذب في عرض الأحداث (صحافة صفراء).

أنواع الخبر

أولاً: التقسيم الجغرافي للخبر:

- أخبار داخلية
- أخبار خارجية

ثانياً: التقسيم الموضوعي للخبر:

- أخبار سياسية
- أخبار اقتصادية
- أخبار رياضية
- أخبار ثقافية
- أخبار فنية
- أخبار اجتماعية
- أخبار دينية
- أخبار علمية
- أخبار صحية ... الخ

ثالثاً: التقسيم الزمني للخبر:

- أخبار متوقعة: يعلم الصحفي بموعد وقوعها كالمؤتمرات والاحتفالات والزيارات.
- أخبار غير متوقعة: تحدث بشكل مفاجئ كالانقلابات والكوارث الطبيعية وحوادث الطائرات والسيارات وغيرها.

رابعاً: الخبر الجاهز والخبر المبدع:

- الجاهز: هو الذي لا يبذل الصحفي جهداً في الحصول عليه، يعتمد على دوائر العلاقات العامة وعلى النشرات والوثائق والكتب.
- المبدع: ينفرد به عن الصحف الأخرى ويحقق السبق للصحيفة.

خامساً: الأخبار السلبية: وهي الأخبار المتوقعة أو الجاهزة.

سادساً: الأخبار الإيجابية: وهي الأخبار غير المتوقعة والمبدعة.

سابعاً: الأخبار السلبية الإيجابية: حصول الصحفي على معلومة من دائرة العلاقات العامة عن إنشاء كلية للإعلام في جامعة اليرموك (خبر سلبي) متابعة المعلومة للحصول على تفاصيل كاملة من عميد كلية الإعلام (خبر إيجابي).

ثامناً: الأخبار الخفيفة والأخبار الجادة:

- الخفيفة: أخبار الطرائف ونجوم المجتمع وحوادث التصادم وأخبار الرياضة.
- الجادة: السياسية والاقتصادية والعلمية والصحية والعسكرية.

تاسعاً: الخبر المجرد والخبر المفسر:

- الخبر المجرد هو الذي يسرد المعلومات والأحداث دون أن يقدم تفاصيل عنها، ولا يدعمها بخلفية من المعلومات والبيانات.
- الخبر المفسر: يشرح تفاصيل الحدث ويدعمه بخلفية من المعلومات، دون أبداء أية أراء.

عاشراً: الخبر الملون والخبر الموضوعي:

- الملون: حذف بعض المعلومات أو زيادة معلومات على الحدث أو تضمين الخبر رأياَ.
- الموضوعي: التزام الحياد وعدم التحيز لأي شخص أو أية جهة.

صفات الاخبار:

- الموضوعية: عدم التحيز لاية جهة وحتى التحيز الشخصي أو المؤسسي، وعلى الصحفي ضبط نفسه وضمان عدم تأثره الشخصي في ما يكتب قدر الامكان.
- النزاهة والانصاف: اعطاء عناصر المادة وشخوصها حقوقهم الصحفية بعدم تقديم المادة الصحفية بوجهة نظر واحدة واغفال الاطراف الاخرى.
- التوازن: اعطاء الأهمية المتساوية لاطراف القصة بحيادية، التوازن لا يعني بالضرورة نفس الحيز بل الاستماع لوجهات النظر ثم كتابتها.
- الحيادية: تقديم المعلومات المجردة دون تحريض أو الحث على توجيه سياسي او اجتماعي او اقتصادي او ديني.
- الوضوح: صياغة المادة الصحفية بجمل ومفردات بسيطة ومفهومة للقارىء ولا تحتمل التأويل او التفسير المغاير للمعنى المقصود.
- الصدق: ان تكون المعلومات صحيحة وموثوقة المصادر ويتم نقلها للقارىء دون تدخل او اضافات يمكن ان تؤدي الى التشكيك في صدقيتها.
- الدقة: التحقق من المعلومات دون الاعتماد على الذاكرة او الافتراضات او مصادر ثانوية وغير موثوقة.

مصادر الاخبار :

- يتناقض دور الصحفي مع دور المسؤول في الحكومة، فالصحفي يسعى للحصول على المعلومات ، ويحرص المسؤول في كثير من الأحيان أن تبقى المعلومات سرية، الأمر الذي يضع الصحفي في وضع محير.
- ونتيجة لهذا الوضع المحير يتلقى الصحفي المبتدئ نصائح تؤكد ضرورة إقامة علاقات وثيقة مع المصادر الصحفية، وبالمقابل فأن توثيق العلاقة مع المصادر سينعكس على أداء الصحفي، لذلك فأن هذه العلاقة يجب أن تكون متوازنة تنطلق من القاعدة التي تقول «الصحفي ليس له أصدقاء ولا أعداء» وأساس هذه القاعدة هو الكفاءة المهنية.
- المصدر الذي يُذكر إسمه.

مستويات المصادر الإخبارية:

- الصحفي نفسه كمندوب أو مراسل (شاهد عيان). (أفضل التغطيات الصحفية تلك التي يكون فيها الصحفي شاهد عيان)
- شاهد موثوق.
- مصادر بلا أسماء صريحة فيأتي تسلسلها كالآتي:
- مصدر مخول
- مصدر رسمي
- مصدر دبلوماسي
- مصدر في وزارة الـ
- مصدر مطلع
- مصدر عسكري
- مراقبون
- محلل سياسي
- مصدر مقرب
- مصدر وثيق ألصلة... الخ
- الأخبار المرتبطة بمصادر موثقة وصريحة تنعكس على مصداقية الخبر، بينما الأخبار المجهولة المصدر تقلل المصداقية.

ينقسم الصحفيون في تعاملهم مع الأحداث إلى:

- الصحفي ذو التوجه الشعبي (يتأثر بالآخرين)، يكون للمصدر تأثير على الأخبار التي يعدها الصحفي من حيث صدقيتها وأسلوب كتابتها.
- الصحفي الذي توجهه الأحداث: يهتم بالحدث أو الواقعة، ويسعى لأن يكون موضوعياً.

أنواع المصادر الإخبارية

- المندوبون والمراسلون والمحررون.
- المصادر الحكومية.

- المصادر الإلكترونية: وكالات الأنباء الداخلية والخارجية والإذاعات المحلية والأجنبية ومحطات التلفزة والفضائيات والانترنت.
- المصادر المطبوعة: الصحف والمجالات والنشرات والوثائق والدوريات والكتب.
- القراء.
- السفارات والهيئات الدبلوماسية.
- مؤسسات المجتمع المدني.
- مؤسسات القطاع الخاص.
- الإعلانات.
- الإشاعات.
- التقويم الوطني.
- أجندة الصحفي.
- علاقة تكافلية: كلاهما بحاجة لبعضهما.

طبيعة العلاقة التي تربط الصحفيين بالمصادر الإخبارية

- علاقة خصومة: حجب معلومات عن الصحفيين ورفع دعاوى عليهم.
- علاقة تجارية: منفعة متبادلة (يجب أن لا يكون الصحفي تابعاً للمصدر ولا عدواً له).
- علاقة الوكيل: استغلال المصادر للصحفيين لإنجاز خدمات وتسهيل أعمال خاصة بهم.
- نموذج التناقض: المصدر يحرص على سرية المعلومات الصحفي يريد عرض هذه المعلومات لقرائه.

النماذج التي تحكم العلاقة بين الصحفيين والمصادر

- نموذج العداء والصراع: الصحفي يعتبر حرية الحصول على المعلومات حق من حقوقه، والمسؤول يتصرف بحذر وتخوف من الصحفيين، المصدر يريد السيطرة على الصحفي والصحفي يرفض.
- نموذج الاعتماد: تعاون متبادل ويشير هذا النموذج إلى أن العلاقة بين الصحفيين والمصادر قائمة على التعاون المتبادل بين طرفي العلاقة.
- نموذج التبادل الاجتماعي: تواصل اجتماعي ويُعنى هذا النموذج بكيفية استمرار العلاقة بين الصحفيين والمصادر على أساس من الاحترام والتواصل الاجتماعي.

كلمة عن المصادر:

- تذكر أن الأشخاص الذين تحصل منهم عن المعلومات ليسوا أدوات أو مجرد أشياء و هم ليسوا أغبياء حيث أنهم يشعرون عند استغلالهم و هم لا يحبون ذلك.
- اعمل على بناء علاقات مفتوحة و مبنية على الثقة مع مصادرك فلا بد أن يكون هناك معيار من الثقة المتبادلة بين الطرفين.
- عرف عن نفسك بشكل رسمي لمصدرك وتصرف بشكل احترافي.
- أشعر مصادرك بالأهمية ومدى اهتمامك بمساعدتهم.
- ساعد مصادرك بقدر المستطاع وقم بزيارتهم بشكل متكرر و لكن يجب أن لا يمنعك هذا من كتابة تقارير مسؤولة وقوية.
- احتفظ مع مصادرك بعلاقات اجتماعية عند الاستطاعة.
- دور الصحفي في البحث عن الأخبار وكتابتها:

يسأل الصحفي نفسه الأسئلة التالية :

- هل الخبر جديد أم متابع.
- هل عناصره مكتملة.
- هل المصادر موثوقة وكيفية التحقق من صحتها .
- هل يحتاج الى خلفيات ورسومات توضيحية وجداول او تفسير لبعض المصطلحات.
- مدى اهمية الخبر للقارىء وللجمهور.
- نوعية الخبر جاهز، علاقات عامة أو مبدع.
- هل يحتاج الى جهد لاستكماله.
- هل يحتاج الى دعمه بمعلومات ومصادر أم حذف بعض الوقائع المشكوك بصحتها.
- هل يحتاج إلى معلومات أرشيفية.

مبادىء جمع الاخبار (اخلاقيات المهنة):

- إبحث عن الحقيقة و قم بإبلاغها
- يجب أن يتمتع الاعلاميين بالنزاهة، والصدق، والشجاعة فى عملية البحث عن المعلومات ونشرها والتعليق عليها. وكذلك يجب أن:
- يختبروا دقة المعلومات من كل المصادر ويكونوا حذرين ليتجنبوا الأخطاء غير المقصودة. أما التضليل المتَعمّد فهو غير مقبول على الإطلاق.
- يجتهدوا فى البحث عن مواضيع الأخبار التى تتيح لهم الفرصة للرد على مزاعم الفساد واتهامهم بارتكاب الاخطاء اثناء العمل.
- التعريف بالمصادر كلما أمكن. للجمهور الحق فى الحصول على أكبر قدر من المعلومات حول مصداقية المصدر.
- تجنب العمل متخفياً أو أى وسيلة سرية أخرى للحصول على المعلومات إلا إذا كانت الطرق التقليدية المعلنه لن تساعد فى توصيل معلومات حيوية وهامة للجمهور. اللجوء لمثل هذه الوسائل يجب شرحه كجزء من القصة.
- لا تنقل أبداً كلمات شخص آخر على أنها كلماتك.
- إعرض القصة من وجهات نظر متنوعة وعريضة بحيث تعكس الخبرات الإنسانية من مختلف المستويات. افعل ذلك بجرأة حتى إن كان ذلك مخالف للمألوف.
- ميز ما بين العلومات والأراء.
- تقليص الضرر
- من أخلاقيات الاعلامي أن يعامل المصادر، والمواد و زملاؤه على أنهم بشر جديرين بالاحترام، يجب على الاعلامي أن :
- يظهر تعاطفاً مع هؤلاء الذين قد يتأثرون سلبياً من إعلان الخبر. كن على درجة عالية من الحساسية عند التعامل مع أطفال ومواضيع أو مصادر عديمة الخبرة.
- كن على درجة من الحساسية والحذر عند البحث عن أو اللجوء لمقابلات أو صور لأشخاص تأثروا بمأساة أو فى حالة حزن.
- اعلم بأن الأفراد العاديين لهم حق للتحكم فى أى معلومات تخصهم ، أكثر من المسئولين العموميين وغيرهم ممن يسعون للحصول على القوة ، النفوذ ، أو لفت الانتباه.
- كن حذراً عند التعريف بحدث (طفل أو فتى لم يبلغ سن الرشد) مشتبه فيه أو بضحايا جرائم جنسية.
- كن حذراً قبل الإعلان عن أسماء مشتبه فيهم جنائياً قبل أن تثبت عليهم التهم رسمياً و بشكل تام.
- وازن ما بين حق متهم فى محاكمة عادلة و بين حق الجمهور فى أن يُبَلّغوا.
- تصرف بشكل مستقل
- الاعلامي يجب أن يكون حراً من أى التزامات لأية مصلحة غير حق الجمهور فى ان يعرف. يجب على الاعلامي أن :
- يتحاشى تضارب المصالح أياً كانت.
- يظل مستقلاً عن أى جمعيات أو أنشطة قد تعرض نزاهته للخطر أو تدمر مصداقيته.
- يرفض الهدايا ، الخدمات ، المصاريف ، السفر بلا مقابل والمعاملة الخاصة و يبتعد عن الوظائف الإضافية والتورطات السياسية وكذلك المناصب العامة والخدمة فى المنظمات الاجتماعية إذا كانت ستتعارض مع نزاهته الصحفية.
- عدم توجيه أى معاملة خاصة للمعلنين ومقاومة ضغوطهم.
- يكون متنبهاً للمصادر الذين يعرضون المعلومات مقابل خدمات.
- كن مسئولاً
- الاعلامي مسئول أمام قرائه وأمام غيره من الاعلاميين. يجب على الاعلامي أن:
- يوضح و يشرح تغطية الأخبار و يدعو إلى الحوار مع الجمهور حول السلوك الصحفى.
- يشجع الجمهور أن يتقدم بشكاويه ضد المؤسسات الإعلامية.
- يعترف بالأخطاء و يصححها فوراً.
- يفضح الممارسات غير الأخلاقية للاعلاميين ومؤسسات الإعلام.
- يلتزم بنفس المعايير الصارمة التى يلتزم بها الأخريين.

الكتابة الصحفية



- يمثل التحرير الصحفي ركن رئيسي للصحيفة وإخراجها، وهو الأساس في نجاحها ورواجها.
- والتحرير الصحفي هو فن تحويل الأحداث والأفكار والقضايا الإنسانية والخبرات ومظاهر الكون والحياة، إلى مادة صحفية مطبوعة ومفهومة، سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق، أوصاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادي، أوعند رجل الشارع الذي يقرأ ليفهم ويعرف.
- فالأساس في التحرير الصحفي هو الإفهام أولاً، والتعريف بما يجري من حول القارئ في أرجاء الكرة الأرضية ثانياً، وجذب القارئ ودفعه للقراءة ثالثاً، ثم التأثير والإقناع والإرشاد والتوجيه رابعاً.
- يهدف التحرير الصحفي إلى:
- معالجة الأخطاء التي قد ترد في الحقائق والمعلومات.
- تبسيط وتوضيح وتصحيح لغة النص الصحفي.
- جعل المادة الصحفية تتناسب مع المساحة المحددة لها.
- تسهيل عملية الإخراج الصحفي.
- جعل النص يتناسب مع سياسة الصحيفة.
- يتطلب العمل الصحفي الجيد الانتقاء وليس الضغط. ويجب على المندوبين الصحفيين توخي الحرص والاتزان وتحكيم تفكيرهم في انتقاء الأخبار الأكثر أهمية لإدراجها في القصة الصحفية وتحديد ترتيب وتسلسل أحداثها. والأمر الأصعب للعديد من المندوبين الصحفيين هو تحديد الأشياء التي سيتركونها خارج القصة الصحفية.

قواعد عامة:

- اللغة الصحفية وسطى بين الادب الراقي – لغة الاديب – ولغة الشارع أواللغة المحكية ، فلا ترتقي لمستوى لغة النخبة من الادباء والشعراء والمبدعين ولا تتراجع نحو لغة العامة .
- فن التحرير يبرز عندما يستطيع الصحفي كتابة الاحداث والمعلومات والثقافة والعلوم بلغة مشوقة وواضحة وفي متناول جميع فئات المجتمع.
- تأكد من المصادر واستكمل عناصر الخبر بكل دقة (أسماء الاشخاص والارقام).
- يراعى عند بدء الكتابة ذكر أهم عنصر أو الحدث الابرز في المقدمة.
- تجنب الاصطلاحات واللغة المتخصصة غير المألوفة والعبارات المضللة والمشوشة .
- اجعل الجمل قصيرة وتحمل فكرة رئيسية واحدة.
- ابتعد عن السرد الانشائي والقصصي في الاخبار، والتزم بالعزو والتنصيص ومفاتيح الجمل المناسبة.
- لا تدخل الراي الشخصي بين ثنايا الخبر.
- دقق في الأرقام وأعد حسابها.
- قالب الهرم المعكوس (المقلوب): من أكثر القوالب استخداماً ويعتمد على التدرج في عرض المعلومات من

قوالب الكتابة الصحفية:

الأهم إلى المهم فالأقل أهمية. ينقسم إلى جزئين:

- المقدمة: أهم معلومة في الخبر/ أبرز واقعة في الحدث.
- الجسم: تفاصيل هامة ومن ثم تفاصيل أقل أهمية.

ميزاته:

- سهولة اختيار العناوين من المقدمة لأنها تحتوي أهم ما في الخبر.
- مساعدة القارئ المشغول على الاكتفاء بقراءة مقدمة الخبر التي تتضمن أهم معلومات الخبر.
- اقتطاع الأجزاء الأخيرة من الخبر لغايات المساحة في الجريدة، دون الحاجة إلى إعادة كتابة الخبر مرة أخرى، لأن هذه الأجزاء هي الأقل أهمية في الخبر.
- قالب الهرم المعتدل (التتابع الزمني): وهو القالب الذي يقوم على عرض المعلومات والأحداث حسب تسلسل وقوعها، فيبدأ من المهم إلى الأكثر أهمية، ويستخدم هذا القالب في الأخبار الأجتماعية والأنسانية كأخبار الجرائم والأحداث.
- القالب التجميعي: ويقوم هذا القالب على تجميع الأخبار ذات القيم الإخبارية المتساوية ونشرها من خلال قصة إخبارية واحدة، كأخبار المال والجرائم والحوادث والأخبار الطريفة والغريبة وغيرها، بحيث تتضمن المقدمة تلخيصاً مكثفاً لهذه العناصر، يليها تفاصيل كل قصة لوحدها.

المقدمات الصحفية (الاستهلال):

- «الاستهلال هو الطعم ________ ومصيدة القارئ اللطيفة» (أ.ب / وكالة اسوشيتد برس)
- «يستطيع الاستهلال اللطيف أن يمس جوهر الموضوع... وطرافة الحدث... ويهيئ خشبة المسرح لسرد القصة» (ي.ب / وكالة يونايتد برس)
- «أفضل المقدمات هي التي تفتح شخصية القارئ إلى الاستزادة من القراءة» (فريزر بوند)
- المقدمة الناجحة يجب أن تتراوح مفرداتها ما بين ٢٠-٣٠ كلمة ويجب أن تكون هذه المفردات: موجزة واضحة ودقيقة. أن المطلوب من هذه المفردات العشرين أو الثلاثين أن تؤدي الوظائف التالية لتكون مقدمة جيدة:
- تعرض ملخصاَ للموضوع.
- تكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة.
- تبرز الطابع المميز للخبر.
- تعطي آخر التفاصيل عن الحدث.
- تثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءة الخبر.

أنواع المقدمات:

- التلخيصية : تلخص معلومات المادة الصحفية بأقل قدر ممكن من الكلمات ، وتعد من أسهل أنواع المقدمات ومنها يؤخذ العنوان.
- الخلفية : تشير لخلفية الحدث او الشخصية وارتباطها بالمادة الصحفية.
- القنبلة : جملة مفاجئة لحدث مفاجىء.
- التناقض : تشير لحالين متناقضين كليا ، ويكون المتن مفسرا لهذا التناقض .
- الاقتباس : تكون الجملة في المقدمة من اقوال الاشخاص المذكورين في المادة ، بحيث يكون الاقتباس جديداً ولافتا .
- المجاز (من الفنون الادبية) : اقتباس معاني مجازية.
- المثل او الحكمة : اللجوء للمثل او الحمة كمقدمة لجذب انتباه القارىء .
- الوصفية : وصف الحدث او الحالة مثل الجرائم .
- الغرابة أو الطرافة : ذكر الاشياء الغريبة او الطريفة في المقدمة .
- الحوار : تقوم على صيغ الحوار بين طرفين ، وشبيه بالسؤال والجواب.
- التفسيرية : تقدم تفسيرا لاحداث المادة الصحفية او معلوماتها.
- الخبرية : تركز على الخبر الموجود في متن المادة .
- الاستفهامية : تبدأ بسؤال استفهامي يتعلق بمضمون المادة أو يدفع القارىء للبحث عن الاجابة .
- المثيرة : تحتوي على فكرة غريبة .

أنواع العناوين:

- وصفي: يصف حالة الحدث ويجسده بكلمات وصفية.
- اخباري: دال على مضمون الخبر ، يعلن عن حدث أو معلومة جديدة.
- إستفهامي: يصاغ على شكل سؤال ويستفهم عن المشكلة بشكل يثير الاهتمام ويجذب القارىء.
- توجيهي: يقترب من الصياغة الانشائية في التوجيه والارشاد.
- مقارن: يوجه صيغة العنوان للمقارنة مع الحدث والزمن.
- الاقتباس: يقتبس كلاما حرفيا او محررا للقائل.
- توضيحي: يشرح ويوضح موقف أو حدث أو معلومة.
- استنتاجي: يؤخذ من الفهم العام وليس حرفيا من المادة.
- من أنواع العناوين وخاصة للغايات التحريرية والاخراجية معا:
- كيكر (مدخل) (تمهيدي): يمهد للعنوان الرئيسي ويبرز معلومة أقل أهمية من الرئيسية ويكسر رتابة الاسطر اخراجيا.

- رئيسي: المعلومة الرئيسية والأهم أو الابرز في القضية المهمة في المادة الصحفية.
- ثانوي: يأتي بعد الرئيسي من حيث أهمية المعلومة التي يتناواها وحجمه أقل من الرئيسي ومعلومته إما أن تكون مكملة للرئيسي أو تتناول معلومة أخرى.
- فرعي: بين المتن وهو عبارة عن كلمات معدودة تعطي تشير لاسم الشخص المتعلقة فيه محتوى المتن التالي ، أو تلخص محتوى المادة.
- ثانوي: يتضمن معلومات مكملة للعنوان الرئيسي.
- أمور يجب مراعاتها عند كتابة العناوين:
- من شروط العنوان الجيد، ناقل لمحتوى المادة، واضح، مفهوم، بسيط دون تعقيد، موجز، دقيق، له سجع موسيقي، متوازن، سلس، جاذب.
- يفضل العنوان بكلمات معدودة جاذبة متناسقة.
- الفعل المضارع أقرب للاستعمال في العنوان والماضي يستخدم للضرورة وخاصة المرتبطة بالزمن.
- يختار العنوان من المقدمة ومعلومة حديثة أو الاعلان عن جديد.
- من صفات العناوين، ان توجه للاوسع جمهورا، أو للأهم شخصية أو للحدث الأبرز، وتجيب عن أهم العناصر، ولا تهول أو تضخم وتلتزم الدقة.
- يفضل عدم إستخدام الصفات الا للضرورة، أو الكلمات المبهمة والعامة.
- عدم تكرار الكلمة مرتين في العنوان .
- استخدام المختصرات والابتعاد عن التعميم.
- استكمال اللغة في العنوان فعل وفاعل، مبتدأ وخبر، مسند ومسند اليه.

أنماط الكتابة الصحفية:

- الخبر: وصف دقيق وموضوعي وصادق وواضح لحدث أو اجراء أو قرار تم او يتم أو سيتم مستقبلا ، فيه معلومات ويروي حدثا.

المقابلات:

- يمكن للمندوبين الصحفيين أن يجروا المقابلات الصحفية وجها لوجه أو عن طريق الهاتف أو عن طريق الكمبيوتر من خلال البريد الإلكتروني أو الرسائل الفورية. وكل منهاج له مزايا وعيوب.
- تعتبر المقابلة أهم مصادر المعلومات لانها تتطلب مهارات في طرح الأسئلة وجمع المعلومات والأنفراد بالأخبار.
- من أنواعها : الأخبارية ، الشخصية ، المركبة ، الراي .. الخ ، وأفضلها الوجاهية.
- تتطلب المقابلة اعدادا مسبقا كتحديد الموعد والمكان المناسبين ، ودراسة الشخصية وإعداد الأسئلة كتابة وحفظا وتحديد الهدف والغاية من المقابلة.
- اللباس والشكل المناسب والتأكد من صلاحية أدوات التسجيل والاقلام والكاميرا.
- من فنيات المقابلة ، ان تكون الاسئلة واضحة وصريحة دون لبس أو إبهام ، بسيطة وغير مركبة وابدأ بالاسئلة المريحة والشخصية والدافعة للاجابة.
- استغلال وقت المقابلة للحصول على اكبر قدر من المعلومات واختيار الاسئلة المناسبة للبداية والنهاية.
- كن حاضر الذهن ومتابع جيد للاجوبة لانها قد تفتح لكأسئلة جديدة.
- كتابة المقدمة يجب ان تكون جاذبة وتركز على الوقائع والمعلومات، تخلو من الحشو ومتناسقة مع حجم المقابلة ويمكن استخدام انواع المقدمات المختلفة كالتلخيصية، الاقتباس، الغرابة، الاستفهامية، الاثارة، التناقض، المعلوماتية، التعريفية بالشخص.
- يمكن اعادة الاتصال بالشخصية وطلب الايضاح حول العديد من طروحاته في المقابلة والاتفاق على موعد النشر.
- القواعد الأساسية للتعامل مع مصادر الأخبار:
- تدار معظم المقابلات الصحفية «معدة للنشر» بمعنى أن المندوب الصحفي يمكنه أن يستخدم أي شيء قيل ويعزوه مباشرة إلى الشخص الذي يتكلم. ومن الأهمية بمكان التأكد من أن المصدر يعلم هذا الأمر، وخاصة حينما يكون المندوب الصحفي يتعامل مع أشخاص عاديين غير معتادين على أن تقتبس أقوالهم في الصحف أو على الهواء.

- ما لم تكون المعلومات معدة للنشر، يجب أن يتفق كل من المندوب الصحفي والمصدر مسبقا على الشروط التي يمكن في ظلها استخدام المعلومات. أما المقابلة الصحفية التي تدار « خلفية للموضوع» أو «شريطة عدم الإفصاح عن الهوية» فهذا يعني بوجه عام أن المعلومات يمكن أن تستخدم في القصة الصحفية وأنه يمكن اقتباس كلمات المصدر مباشرة، دون ذكر اسم المصدر. ومع ذلك، يمكن تحديد هوية المصدر بطريقة عامة، فعلى سبيل المثال يمكن أن ترد عبارة «ذكر مسئول في وزارة الخارجية» أو «أحد المهندسين العاملين في الشركة» ما دام اتفق كل من المصدر والصحفي معا على الوصف الذي سيستخدم.
- هناك أوقات يتعين فيها على المندوبين الصحفيين الحصول على المعلومات «في الخلفية» لأنها الطريقة الوحيدة التي يوافق على أساسها المصدر على الكلام. فالمصدر الذي يخشى على سلامته إذا عرف الآخرون أنه قد تكلم مع مندوب صحفي قد لا يوافق على توفير معلومات إلا إذا كان الكلام «في الخلفية».
- المعلومات التي تقدم «غير معدة للنشر» لا يمكن أن تستخدم على الإطلاق، ولذلك سيحاول معظم المندوبين الصحفيين الهروب من هذا الترتيب ما لم يكن المصدر على قدر كبير من الأهمية للقصة ولم يكن أمام المندوبين الصحفيين أي خيار آخر.

تقنيات المقابلة:

ما قبل المقابلة:

- ابحث موضوعك واختصاصات الشخص الذي تقابله كي تستطيع طرح اسئلة شاملة والخوض في التفاصيل وفهم الاجابات.
- عين موعدا للمقابلة الشخصية بدلا من التلفونية اذا كان ذلك ممكنا.. هذا يتيح لك الفرصة لمعاينة ردود الافعال ويمكنك من جمع تفاصيل حيوية
- اعط الشخص فكرة عامة عن قصتك ونوع المعلومات التي تستقصيها، وارسل له نسخا عن قصص مماثلة كنت قد كتبتها ليعرف أنك جدي في عملك
- يفضل ان تحمل آلة تسجيل لتكون لديك الاقوال الكاملة والدقيقة في حال حصول اي جدل او خلاف.
- اذا كان برفقتك مصور اعلم الشخص ليحضر نفسه، فسر القصة للمصور حتى يستطيع التخطيط لالتقاط الصور التي تعطي صورة واضحة عن القصة.

اثناء المقابلة:

- ابدأ بحديث غير رسمي لبضعة دقائق. هذا يساعد الشخص على الاسترخاء . ويكون هذا هو الوقت المناسب لطرح اسئلة عن خلفية الشخص.
- حضر اسئلة تمهيدية ورتبها حسب اهميتها . ارجع الى القائمة اثناء المقابلة حتى يتسنى لك ان تطرح الاسئلة الاكثر اهمية اولا، وبذلك تحصل على اساس القصة. ومع ذلك لا تلزم نفسك في هذه الاسئلة فمن الممكن ان تستدعي الاجابات طرح اسئلة تفصيلية للمتابعة، او من الممكن ان تقدم معلومات تسوقك الى خط مختلف تماما للاسئلة.
- تجنب الاسئلة المقفلة التي تجاب بنعم او لا . اسأل اسئلة مفتوحة.
- اترك الأسئلة الحساسة الى الآخر . اذا شعرت ان سؤالا ما يمكن ان يؤدي بالشخص الى انهاء المقابلة بشكل مفاجيء، اطرح هذا السؤال في آخر المقابلة.
- كن دقيقا . اطلب من المصدر ان يهجيء لك الاسماء والعناوين...الخ. واذا قال شيئا غير مفهوم اطلب منه التوضيح.

نهاية المقابلة:

- اسأل المصدر « هل يوجد شيء يود أن يضيفه؟» «هل تقترح ان اتكلم مع شخص آخر؟» . هذا يتيح الفرصة للمصدر في أن يتوسع في نقاط سابقة ويتطوع بمعلومات اضافية، أو يقترح المزيد من الخبراء في قصتك.
- اسأل المصدر اذا كان بأمكانك أن تكلمه بالهاتف اذا استجدت أسئلة اضافية . اطلب رقم هاتفه المنزلي والجوال وعنوان البريد الالكتروني. وهذا يتيح لك الفرصة المناسبة لأخذ معلومات لربما لا يحصل عليها المراسلون الآخرون.
- بعض الأمور التي يجب مراعاتها
- الفشل سيكون حتميا أذا لم تحدد الهدف من ورائها وتحضّر لها بشكل كاف.
- التحضير يطال الشخص مثار المقابلة وحول المواضيع المراد طرحها.
- من الضروري تحضير الأسئلة وكتابتها على ورقة حتى ولو توفرت الخبرة المهنية والمعلومات حول موضوع المقابلة.

- ليس من الضروري التقيد بالأسئلة المحضرة لكنها تستعمل كمرجع.
- المقابلة المباشرة أفضل من المقابلة عبر الهاتف او الايميل.
- ضرورة الاحتفاظ بزمام المبادرة حتى ولو كانت المقابلة مع مسؤول كبير.
- إعادة طرح السؤال بشكل مختلف إذا لم تكن الإجابة شافية بما فيها طلب توضيح: «هل تقصد أن تقول....».
- سجل المقابلة على شريط تسجيل. دون ملاحظات على ورقة خصوصا عبارة تريد استيضاحها لاحقا أو التركيز عليها للحصول على تفاصيل إضافية
- تجنب ارتكاب خطأ في لفظ أسم صاحب المقابلة او اعطاءه وصف وظيفي أو أكاديمي غير صحيح.
- في حال كانت المقابلة لقصة أخبارية تتناول حدث اليوم، حضر أسئلة تجيب عن الجميلات الخمسة المطلوبة لمساعدتك على كتابه التقرير. ما اذا كانت المقابلة لتحقيق استقصائي معمق او لتحقيق صحافي من الافضل ان تبداء الأسئلة من الأسهل إلى الأصعب لتساعده على الاسترخاء.
- ركز على كلام محدثك لأنه يمكن أن يقول شيئا مهما يفوتك بينما أنت تفكر في سؤالك المقبل.
- لا تتردد في طلب توضيح. استخدم أسئلة من نوع هل تقصد أن هذا يعني؟ ليؤكد لك أو ينفي.
- استخدم الأسئلة المباشرة غير الطويلة مثل: لماذا؟ كيف؟ ما الذي فاجأك؟ كلما قصر السؤال حصلت على جواب اوضح او أستطعت التحكم بالحوار.
- تعمد البدء بسؤال أو سؤالين تعرف الإجابة عنهما لتعرف نوايا محدثك.
- دون ملاحظة عن تصرف الشخص لكي لا تنساها لاحقا وراقب حركة يديه وعينيه وماذا يضع حوله من صور وكتب.
- اسمعه أراء أشخاص آخرين يتكلمون عن موضوع يهمك واسأله ما هو رده.
- توقف عن الحديث إذا كان جوابه غير كاف .. الانتظار من جانبك قد يدفعه إلى إعطاء المزيد من المعلومات.

التقرير الصحفي

- فن صحفي يقع بين الخبر والتحقيق الصحفي وهو عرض تفصيلي لحدث جرى الإخبار عنه بشكل سريع بهدف إثارة اهتمام القارئ حول قضية أو مشكلة أو حدث.

أنواعه:

- التقرير الإخباري: يقوم على خبر ويقدم معلومات تفصيلية لم يتضمنها الخبر. يستعرض آراء المعنيين بالمعلومة الإخبارية سواء كانوا عاديين أو مختصين أو مسؤولين.
- تقرير عرض الشخصية: يتناول شخصية معنية سياسية أو اقتصادية أو أدبية، فيعرف بها من حيث انجازاتها وآرائها، من خلال الحوار مع هذه الشخصية والحوار مع آخرين ليعرضوا آرائهم بها. وقد يقدم هذا النوع من التقارير دون الحوار مع الشخصية إذا رحلت عن الحياة أو تعذر اللقاء بها، وذلك بالعودة إلى المصادر الأرشيفية والحوار مع مقربين منها أو مختصين في مجالها.
- تقرير الرأي: يطلق عليه في الصحافة الغربية تقرير الرأي والرأي الآخر، لأنه يقدم وجهتي نظر مختلفتين حول موضوع معين، متضمناً التحليلات والتفسيرات الكافية للموضوع.
- يعد قالب الهرم المعتدل من أفضل قوالب الكتابة الصحفية التي تلاءم التقارير الصحفية وخاصة الإخبارية.

التحقيق الصحفي:

- هو الفن الصحفي الذي يقوم على خبر أو مشكلة أو ظاهرة، سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية... الخ، فيعرض لها بالشرح والتفسير والتحليل، ويصدر الأحكام والاستنتاجات حولها.
- الخبر الصحفي يعنى بالإجابة على الأسئلة الست، بينما التحقيق الصحفي معنى بالإجابة على لماذا وكيف.
- انجازه يحتاج إلى وقت أطول من الفنون الصحفية الأخرى، فقد يستعرض انجازه عدة شهور.
- من أكثر الفنون الصحفية حجماً، فقد يحتل صفحة في الصحيفة وربما أكثر.

- موضوع التحقيق قد يكون مشكلة من المشكلات، أو شخصية من الشخصيات، أو مكاناً من الأماكن.
- ينفذه أكثر الصحفيين خبرة، لأنه يحتل أهمية أكبر من غيره من فنون الكتابة الصحفية الأخرى.

من أنواع التحقيق الصحفي:

- من أنواع التحقيق الصحفي:
- تحقيق المشكلات.
- تحقيق الرحلات.
- تحقيق المناسبات.
- تحقيق الشخصية.
- أما من حيث أهدافه فيقسم إلى:
- التحقيق الموضوعي.
- التحقيق التفسيري.
- تحقيق التحري (التحقيق الاستقصائي).
- التحقيق المصور.
- يعرض التحقيق الصحفي وفق قالب الهرم المعتدل:
- تعرض مادته بأسلوب سهل وألفاظ واضحة المعاني.
- البعد عن اللغة العامية.
- البعد عن الحشو والإسهاب.
- الموضوعية في نقل الآراء والاتجاهات.
- الأمانة في تصوير أبعاد المشكلات.

- مقدمة التحقيق الصحفي تشبه مقدمة المقابلات الصحفية فإما أن تكون تلخيصية أو تساؤليه أو إخبارية أو غيرها من المقدمات، وقد تكون عرضاً لأهم اكتشاف برز في التحقيق، وقد تتضمن تعريفاً بالقضية.
- جسم التحقيق الصحفي: يتضمن المقابلات وآراء الجمهور والمتخصصين والخبراء، وكافة البيانات والمعطيات، والصور والرسوم والجداول والخرائط وغيرها من الوسائل الإيضاحية.
- خاتمة التحقيق: تعتمد على طبيعة الموضوع الذي يعالجه التحقيق، فهي تقدم حلولاً واقتراحات إذا كان التحقيق يتناول مشكلة عامة، أو تستخلص النتائج من الآراء والمعلومات، أو تحدد الآفاق المستقبلية للظاهرة.

التحقيق الاستقصائي:

- تذكر الإعلامية رنا الصباغ انه يوما بعد يوم تبرز أهمية تشجيع الإعلاميين الأردنيين على خوض تجربة الصحافة الاستقصائية القائمة على توثيق المعلومات بأسلوب منهجي موضوعي، يستند إلى فرضية قابلة للنفي أو التأكيد، وذلك بهدف كشف الأخطاء والتجاوزات المتوارية وتصحيح الانحرافات في المجتمع من أجل المنفعة العامة. فهذا الطراز من التقصي الشاق والمضني يحدث غالبا لأن إعلاميا ما انزعج من تصرف أو من سلسلة أفعال مترابطة تقع خلال فترة زمنية معينة على يد متسبب أو أكثر، على نحو منهجي بما يؤثر على سلامة المجتمع; الضحية.
- لكن ليس كل إعلامي قادرا على الغوص في مثل هذه المهمة الاحترافية التي تتطلب شخصية مرهفة، حسّاسة، لمّاحة وصبورة، تتحرك بدافع ذاتي في غالبية الأحيان. مثل هذه الصفات تعين الإعلامي على نبش الحقيقة عموديا، فيتحول إلى شاهد مقنع وموثوق قادر على شرح أبعاد القضية المفترض أن تهم أكبر عدد ممكن من الناس، على أمل تشجيع السلطات والجهات المتسبّبة، سواء عن قصد أو من دون قصد، على إصلاح الخلل.
- هذه المنهجية تتقاطع مع أسس ومعايير التحقيق الصحافي التقليدي، بمختلف أصنافه. هذه المعايير يفترض أن تتأسس على قاعدة ثقافة إعلامية ومجتمعية، وسلوك مهني راق قائم على الصدقية، الوضوح، الموضوعية،، التوازن والدقة الصارمة ضمن سياق إخباري رشيق ومتناسق بعيدا عن أسلوب الإثارة والتخندق والتحيّز واحتكار الجهل والصواب.
- ليس بالضرورة أن تتطرق مواضيع هذه التحقيقات الاستقصائية إلى ظواهر أو قضايا تصنّف في خانة القضايا السياسية الحسّاسة المرتبطة بفساد ما قد يمارسه متنفذّون في عالم المال والأعما، أو في دهاليز السياسة كما حال فضيحة تنصت ووترغيت التي أطاحت بالرئيس الأمريكي الجمهوري ريتشارد نيكسون (١٩٧٢-١٩٧٤)، أو بالجريمة المنظمة من دعارة والاتجار بالبشر، وتهريب مخدرات، ولكن بإمكان الصحافي

العربي معالجة قضايا وظواهر مجتمعية مهمة تبدأ بتلوث البيئة، سلامة مياه الشرب والري وصلاحية الحافلات العامة وسلامة ألعاب الأطفال البلاستيكية، مرورا بتهريب المخدرات للسجون بقصد الاتجار، وانتهاء بالأخطاء الطبّية المتكررة ومكاتب خدمات طلابية غير مرخصّة تدعي أنها تابعة لجامعة افتراضية في أوروبا أو في العالم العربي، ليكتشف المتسببون إليها لاحقا أنها مطابع لإصدار شهادات مزورة. وقد يفكّر صحافي مبدع في تقصّي فضيحة شركات البورصات العالمية؛ كيف انتعشت في غياب الرقابة والقوانين، ووسائل عملها بالتفصيل وكيف خدع فيها المثقف قبل الأمّي. وقد تذهب صحافية زميلة إلى تقصي فرضية «تأثير انهيار هذه الشركات على الاقتصاد الوطني والطبقة الوسطى؟

- الهدف الأسمى من الصحافة الاستقصائية الاحترافية ليس البحث عن النجومية أو الثأر أو الابتزاز، وإنما كشف المستور وتوثيق المشكلة على أمل لفت نظر الجهات المتسبّبة لمعالجة القضية وتحقيق العدالة والشفافية والمساءلة؛ وهي أساسيات عمل السلطة الرابعة.

المقال الصحفي

- المقال الصحفي هو عبارة عن كتابة ذاتية يعبر فيها كاتبه عن آرائه أومواقف صحيفته من الأحداث والقضايا التي تهم القراء.

يقسم المقال إلى ثلاثة أنواع:

- المقال الأدبي.
- المقال العلمي.
- المقال الصحفي.

الوظائف التي يحققها المقال الصحفي:

- شرح الأخبار وتفسيرها والتعليق عليها.
- التوجيه والإرشاد.
- التسلية والإمتاع.

أنواع المقال الصحفي:

- حسب الموضوع:
- سياسي
- اقتصادي
- رياضي
- أدبي
- فني... الخ.

- حسب الهدف:
- المقال الدعائي
- المقال الإعلامي
- المقال التوجيهي
- المقال التقويمي
- المقال الأيدلوجي

- أما تحريرياً فيقسم إلى:
- المقال الافتتاحي
- العمود الصحفي
- المقال التحليلي
- مقال التعليق.

ستة مراحل لكتابة المقالة

- الكتابة حرفة عند الجميع يمكن تعلمها ألا أنها قد تصبح فنا عند البعض في حال كانت لديه الموهبة واستطاع ان يتعلم من غيره ويطور مهاراته الفنية والتقنية واللغوية.
- كيف نحضر لكتابة المقالة: المراحل الستة:
- التفكير في موضوع المقالة. مثلا تفاقم مشكلة البطالة بين الاطفال المشردين.... لماذا؟ لأن هناك مبرر سببه أنك قرأت تقريرا صادرا عن وزارة العمل أو تصريحا لوزير العمل او التنمية الاجتماعية أو لان دراسة صدرت عن معهد الابحاث الوطني..

- أبداء بجمع الوقائع التي تحتاجها لتشكيل المقالة. وضع خطة لجمع المعلومات والاستفادة من معارف وخبرات زملاءك الاكثر خبرة. من يجب أن أقابل؟ ماذا أريد منه؟ كيف أصل اليه؟ وهل يوجد بدائل أخرى للمصادر لآن المصدر المناسب يفضي مصداقية عل الخبر؟ ماذا أقراء لتوسيع معلوماتي عن الموضوع؟ وحاول دائما ان تحصل على موافقة مصادرك على ذكر اسمائها لآن المصادر غير المعرفة تحرم القارىء من تقييم مدى دقة المعلومات بحرمانه من معرفة مصادرها. وتذكر ان الخبر الذي يعتمد على مصدر واحد يفتقر الى التوازن والحياد.
- تحليل الوقائع والتخطيط للمقالة من خلال تحديد العناصر والمضمون (حقائق، تفاصيل وخلفية الحدث). ما هي الرسالة التي يفترض أن تحملها هذه المقالة؟ وما هي الافكار التي سأوردها حسب الاهمية إذا وجدت صعوبة اسأل مرؤوسك او زملائك. خلاف ذلك ستقع في الفوضى لآن القدرة على تنظيم التفاصيل تعني أنك كاتب جيد ومسيطر. إذا لم تفهم تماما وبسرعة وقائع ما تكتب لا يمكن إلا أن تكون كتابتك غامضة.
- كتابة المسودة الأولية. الهرم المعكوس يوفر القالب الاخباري الاكثر ملائمة ووضوح لآنه يحدد ما ستضع في المقدمة: الجميلات الخمس زائد لماذا؟ إذا لاحظت أن خطتك ليست مناسبة عد إلى النقطة الثالثة. العودة إلى الوراء أفضل من الفشل لاحقا بعد الانتهاء من المسودة. حاول إيجاد مسافة عاطفية بينك وبين مقالتك لتستطيع الالتزام بالمهنية والموضوعية. فالحياد الكامل حلم لكن لا بد ان نتحلى «بالامانة الفكرية... ندرك عواطفنا ونحذرها». إذا أصبت بأحباط او ما يسمي ب «انسداد عقل الكاتب» أترك مقالتك للغد لتعيد قراءتها، أو ابتعد عنها بضع دقائق لاحتساء فنجان قهوة قبل قراءتها مجددا قد تجد عندها بعض الافكار الجديدة.
- إعادة صياغة المقالة وتشذيبها. اعتمد الدقة والاختصار والوضوح وضعها في سياقها لايضاح اهمية الخبر، الدقة لأنها أساس المصداقية: «أي كن صاحب السبق، ولكن تأكد اولا من صحة الخبر»، المقالة غير الدقيقة لا تصل بل قد تكون مضرة لأنها قد تتعرض للتأويل. الاختصار، لأن التطويل يعني الملل وربما انتقال القارئ إلى شيء أخر. العبارات المركبة والمصطلحات المتخصصة تثير ملل القارىء والمشاهد والمستمع العادي. اسأل نفسك دائما: «عل يمكن قول ذلك بأسلوب أكثر وضوحا؟ لوضوح، لأنه يتيح للقارىء فهم الخبر الغموض يعني إساءة الفهم والابتعاد عن الهدف المنشود من كتابة المقالة.
- تذكر ان القارىء والمستمع والمشاهد يسال نفسه بأستمرار: من يتحدث؟ لماذا تبلغني هذا الخبر لذلك لا بد من الايضاح لأن ذلك يعزز الدقة ويجعل الخبر او التقرير لا غني عنه بالنسبة للمتلقي. فالمعلومة هي مضمون وتوازن وسياق وخلفية وادراك لما يمثل الخبر.

القصة الاخبارية:

- فن سردي قصصي اخباري، يحلل الحدث وفق زمان ومكان، باسلوب غير جامد فيه تفسير وتشويق وفقا للقالب والاسلوب المتبع في الكتابة.
- تهدف القصة الى اعطاء بعد للمادة اكثر من الخبر كالترفيه والتفسير وبناء معلومات حول الخبر او الحدث.
- من افضل قوالب كتابة القصة: الماسة، الساعة الرملية، والهرم المعكوس المعتدل.
- من تقنيات كتابة القصة الاسلوب الجاذب واللغة المناسبة التي تعكس ثقافة الصحفي الواسعة، صياغة قوية ومؤثرة، تنوع ووضوح.
- استخدم الخلفيات المناسبة التي تفسر وتحلل وتوضح.
- اختتم القصة بما يعزز النقطة الرئيسية ويشد الانتباه اليها.

البيانات الصحفية :

- يمكن ان تشكل مصادر قيمة، ولكن تذكر دائما أنها تقال لهدف واحد هو التأثير على اراء قرائك من خلالك:
- ابحث عن الاسئلة التي لم يتم الجواب عليها، الثغرات، والذي لم يقل...
- اتصل بمصدر البيان، للتأكد، التوسع، التفسير، او الحصول على زاوية جديدة
- اتصل بالمصادر التي يمكن ان تؤمن التوازن للقصة

المؤتمرات الصحفية:

- يمكن ان تشكل مصادر قيمة، ولكن تذكر دائما أنها تقال لهدف واحد هو التأثير على اراء قراءك من خلالك.
- اجلس في المقدمة لترى وتسمع ما يحصل

- دون حركات الخطباء والحضور
- اطلب بطاقات الاشخاص لتتأكد من تهجئة الاسماء والالقاب
- من المجدى ان تستفسر بعد المؤتمر عن المقتبسات وتحصل على توضيحات ومن الافضل ان تحاول الحصول على مقتبسات ووجهات نظر جديدة تذكر.
- تأكد من امتلاكك الاجابات للاسئلة الستة قبل المغادرة
- تغطية الاجتماعات
- يجب التركيز على الأحداث التي تدور في الاجتماعات (من هم المجتمعون أما أين ومتى ولماذا فتظهر في الفقرة الثانية).
- حاول ان تجلس في المقدمة وفي الصف الأول اذا أمكن فإنك اذا لم تستطع ان تسمع وترى فإنك لا تستطيع الكتابة.
- تأكد من خلو الاسماء والالقاب من أي أخطاء املائية وكتابتها بشكل صحيح.
- الكتابة الجيدة تبدأ من جمع المعلومات الصحيحة:
- تذكر ان جمع المعلومات امتداد للكتابة، في نفس الوقت الذي تسمع وتراقب وتقرر ماذا تكتب في دفتر ملاحظاتك وتفكر في الاسئلة المترتبة الصحيحة فإنك تكون قد صقلت تقريرك الاخباري.
- عندما تجمع معلومات قوية وشيقة فأنك تستطيع كتابة قصة شيقة وقوية.
- ان الاعتماد على تسجيل ما حدث في الاجتماع لا يعد حدثا صحفيا، المهم ان تحصل على المعلومات من المشاركين للحصول على تغطية زوايا جديدة للخبر، ويمكنك الحصول على هذه المعلومات بعد انتهاء الاجتماع.
- اسأل نفسك قبل مغادرة الاجتماع «هل حصلت على المعلومات والاجوبة الكاملة على اسئلتك؟»
- تذكر ان المشاركين في الاجتماع قد لا يجيبون على كل الاسئلة المطلوبة خلال الخطاب العام.
- لا تغادر المبنى قبل ان تتأكد من حصولك على المعلومات الكاملة التي قد تحتاجها وتذكر ان السؤال الغبي هو السؤال الذي قد تخاف من طرحه.
- غالبا ما تكون تغطية الاجتماعات معقدة... ابدأ بالجملة الاكثر اهمية ثم في الفقرة الثانية اخبر القارىء عن المواضيع التي ستتناولها خلال قصتك.

فحص جودة الخبر او المقال او التحقيق:

- حدد نقاط الضعف في التحقيق.
- أقر بعدم التيقن النهائي حيال المعلومات.
- كن عادلا تجاه المتسبب.
- اتبع اسلوب تحريري قائم على تسطير كل سطر: سطر كل الحقائق وتأكد انها صحيحة عبر التوثيق وان التوثيق بحوزتك في حال اضطررت للذهاب الى المحكمة (الشهادات الحية، المراجع المكتوبة، قرارات المحاكم، تصريحات رسمية الخ.... تأكد من دقة الأسماء والمناصب، الأرقام والاقتباسات.
- تأكد بأن الاستنتاجات الاساسية مثبتة ومدعمة بالحقائق.
- ثم سطر المعلومات الناقصة التي ما زالت بحاجة الى توضيح او تأكيد واسال نفسك هل لا تزال المعلومات المهّمة ناقصة؟ هل ستغير حقائق اخرى من الصورة العامة.
- هل من اسباب تدفعني الى ممارسة الانتقائية في اختيار الحقائق او الوقائع؟ هل ستثير طريقة اختياري انتقادات وهل لدى اثباتات او أجوبة لكل التهم.

الاخراج الصحفي



العلاقة بين المخرج الصحفي وطاقم التحرير في الجريدة

- العلاقة بين المخرج الصحفي والعاملين في الجريدة ككل، لا بدَّ أن تكون طيبة، لأنه دائم الاتصال بهم، حيث يقوم أثناء عمله بالاتصال بالمحررين تارة، وبمندوبي الإعلانات تارة أخرى، ثم بالمطبعة والعاملين فيها تارة ثالثة..... وهكذا. كما انه دائم التشاور مع رئيس التحرير، الذي لا بدَّ أن تكون علاقته به طيبة، والا انعكس ذلك سلباً على عملهما، سيما بالنسبة للمخرج ، إذ أن العلاقة الطيبة مع رئيس التحرير تعطيه مزيداً من الحرية والمرونة، كي يوظف أسلوبه الفني الذي يرتأى في التعامل مع العناصر المقروءة والمرئية على الصفحات المختلفة في الجريدة.
- إن معرفة المخرج للسياسة التحريرية التي تسير عليها الصحيفة، وتفهمه لمنهجها وطريقة العمل بها، تساعد كثيراً في إيجاد العلاقة الطيبة بينه وبين طاقم التحرير، وفي تلافي الإشكالات التي قد تقع، وتجنب ضياع الوقت في النقاش غير المجدي، وبذلك يتمكن المخرج من وضع استراتيجية محكمة ودقيقة لصفحات الجريدة، ترضيه أولا، وترضي أسرة التحرير والقراء ثانياً.

الثبات في الإخراج الصحفي

- من أولويات الإخراج الصحفي إعطاء هوية مميزة للجريدة عن غيرها من الجرائد المنافسة، بحيث تبدو مختلفة ومميزة، ولا تخرج عن المألوف فتبدو شاذة، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال الثبات في الإخراج، واستخدام نفس الحروف في عناوين الأخبار ومتونها. ولا يعني الثبات هنا الجمود وعدم التغيير، لا بل أن الإخراج الصحفي يسعى دائما إلى التجديد والابتعاد بصفحة المطبوعة عن عنصري الركود والملل.
- للجرائد شخصياتها، ولا تبدو على هيئة واحدة، وعلى ذلك فهي مختلفة في طريقة عرضها للأخبار على الصفحة الأولى، وذلك من خلال الاتجاه الإخراجي المطبق فيها، ومن خلال الالتزام بنوع (شكل) واحد من الحروف في كتابة موضوعات الصفحة، وكذلك من خلال ثبات هيكلها الأساسي (Basic Design) ، لذلك فإن أهمية الصفحة الأولى تتمثل في مقدرتها على أن تعكس شخصية الجريدة التي تميزها عن بقية الجرائد في السوق، وهي القادرة على أن تعطي للجريدة طابعاً مميزاً عن غيرها من الجرائد الأخرى، حتى وإن تشابهت جميعا في نوع الورق ولونه، ومساحة الصفحة وعدد أعمدتها. من هنا فان القاريء يتعرف على جريدته المفضلة من خلال صفحتها الأولى التي تمثل الواجهة (Showcase) التي تحمل اسم الصحيفة، وتؤكد على شخصيتها العامة التي تُعرف بها عند القاريء.

أشكال الحروف وأحجامها

- تُعدُّ الحروف (سيما حروف المتن) من العناصر الأساسية التي تبنى منها صفحات الجريدة، وتكوّن الجانب الأكبر من المادة التي تقدمها لقرائها، ومن هنا يطلب من حروف المتن أن تقدّم مضمون المادة الصحفية إلى القراء في يسر ووضوح، لان وضوح القراءة هو الذي يجعل القاريء ينتقل من كلمة إلى أخرى، ومن سطر إلى أخر بسهولة متناهية. ولأن هناك حروفا تسهل قراءتها أكثر من غيرها، فإن أكثر الجرائد العربية تلجأ إلى خط النسخ أو أحد الخطوط التجارية المشتقة منه، لجمع نصوص أخبارها نظراً لسهولة قراءته.
- ويرتبط حجم الحرف المستخدم في الكتابة بما يسمى باتساع السطر (عرض العمود) على الصفحة، إذ كلما زاد هذا الاتساع زاد حجم الحرف، والعكس أيضاً صحيح، وقد اتفق على أن الحجم المعقول لحروف المتن يتراوح ما بين (٩-١٢) بنط، وأن هذا الحجم يساعد في وضوح القراءة وسهولتها. على انه يمكن استخدام الأبناط الصغيرة (اقل من ٩ بنط) ، لجمع بعض الموضوعات ذات الصبغة الخاصة، كالإعلانات المبوبة، ونتائج المباريات الرياضية، لأن القراء عادة لا يقرأون كميات كبيرة منها.

إخراج الصور والرسومات

- تعد الصور والرسومات بأنواعها المختلفة مكوناً أساسياً من مكونات الإخراج الصحفي، وتتحدد قيمتها بقدرتها على إحداث الاستجابة المؤثرة لدى المتلقي، كما تتحدد قيمتها أيضا بأهمية الشخصية أو الحدث الذي تتحدث عنه. كما أن قيمة الصورة لا بدَّ ان تساوي قيمة الخبر المصاحبة له، وأن صدر الصفحة هو المكان الأنسب لنشر الصور، مع إمكانية نشرها في النصف السفلي إذا ما توافر عدد كبير منها.
- إن مصاحبة الصور للموضوعات تزيد من فهم القاريء لهذه الموضوعات، وتذكره بها لاحقاً، وذلك لما للصور من تأثير قوي على ذاكرة القاريء، مما يعني أن الصور تزيد من فعالية القصة الإخبارية، وتجعلها أكثر أهمية وأسرع للفهم، وأن الصورة تزداد جذبا لبصر القاريء كلما كانت مساحتها اكبر.

موقع الصـورة

- يمكن للصورة أن توضع فوق عنوان الموضوع مباشرة، على انه يمكن وضعها تحت العنوان (شريطة أن لا تفصل العنوان عن بداية النص، وان لا تفصل سياق النص الواحد)، كما يمكن وضع الصورة على يمين الموضوع (وهنا يستحسن أن يكون ارتفاع الصورة بارتفاع العمود أو الأعمدة التي ينشر عليها نص الموضوع)، ويمكن للصورة أن تكون على يسار الموضوع أيضا.
- ويمكن القول أن وضع الصور فوق العنوان مباشرة هو الأكثر تفضيلاً من بين المواقع الأخرى، وذلك نظراً لأن الصورة أثقل تيبوغرافياً من العنوان، وأنها المدخل الرئيسي الى موضوعات الصفحة بالنسبة للقارىء.

شـرح الصـور

- لما كان القراء جميعاً لا يمكن أن يتفقوا على تفسير موحد لما يدور في صورة معينة منشورة في جريدة ما، فلا بدَّ من وجود شرح أو تعليق على هذه الصورة، ذلك أن الشرح أو التعليق يعرِّف بالأماكن والأشخاص ويفسر العلاقات، ويحدد وقت وقوع الحدث الذي جسدته الصورة، ويخبر القارىء عما يحدث، ويحاول أن يستخرج من الصورة نفسها معان مختلفة.
- وينبغي أن يتسم التعليق على الصور بالاختصار والتركيز والدخول في الموضوع مباشرة، كما ينبغي أن يتم تمييز مظهر شرح الصورة عن مظهر سطور المتن، كي لا يختلط أحدهما بالأخر، وتتم عملية التمييز هذه إما باختيار حروف شرح الصور بحجم وكثافة مختلفة عن تلك المستخدمة في حروف المتن، أو بجمع سطور الشرح بطرز مميزة عن سطور المتن. ويفضل أن يكون التعليق تحت الصورة مباشرة، مع إمكانية وضعه بجانب الصورة (على اليمين أو الشمال)، أو على أي جزء من الصورة نفسها.

إخـراج العناويـن

- ترتبط شخصية الجريدة في ذهن القارىء بأشكال معينة من حروف العناوين وطرزها، وحتى تحقق العناوين هذه الغاية، فلا بدَّ من تقليل عدد سطور العنوان الواحد، وأن يكون هناك تناسباً بين حجم الحرف الذي يكتب به العنوان وأهمية الموضوع، وأن يتلاءم حجم الحرف مع الاتساع المخصص للعنوان، ومحاولة إبعاد العنوان عن خط الطي في الصفحة، ومراعاة أن لا يتجاور عنوانان حتى لا يقتل احدهما الأخر، والابتعاد ما أمكن عمّا يسمى بالعنوان المكسور، حتى لا يقطع سياق الجملة أو الجمل الواردة في العنوان، والعنوان التالي الذي ورد في أحد الصحف الأردنية يوضح ما يسمى بالعنوان المكسور.
- اليابان تسمح بأكبر انخفاض
- في عملتها خلال شهر.

عنوان التتمة:

- هو ذلك العنوان الذي يعلو تتمة القصة الإخبارية المنقولة من الصفحة الأولى أو الأخيرة إلى الصفحات الداخلية. ولا يحبذ الكثير من التيبوغرافيين أن تنقل تتمة قصة إخبارية من صفحة داخلية إلى صفحة داخلية أخرى، كما لا ينصحون عادة بأن تنقل التتمة من صفحة داخلية إلى أخرى سبقتها، أو أن يكون موقع التتمة في جزء آخر من أجزاء الجريدة (بمعنى أن يكون الخبر في جزء وتتمته في جزء ثان).
- ويرى البعض أن تكون تتمة الموضوع على الصفات الداخلية طويلة نسبيا، وأن تبدأ التتمة على الصفحة الداخلية بجملة جديدة، بحيث لا يتم بتر الجملة من الموضوع على الصفحة الأولى مثلا لتستكمل على صفحة التتمات، كما يحبذ أن لا تكون التتمة عبارة عن صور أو رسومات متعلقة بالموضوع الأصلي على الصفحة الأولى، وهذا ما يحدث أحيانا في بعض الصحف.

- ويمكن القول أن أفضل وسيلة لمعالجة تتمة الموضوعات، تتمثل بعدم اللجوء إلى هذا الإجراء أصلا ، ومحاولة نشر الموضوع كاملا على صفحة واحدة، بعد اختصاره ونشر الجزء المهم منه، سيما إذا ما عرفنا أن الخبر الذي له تتمة يخسر من قرائه ما نسبته حوالي (٧٠٪) ، وإن الموقع الأكثر تفضيلا للتتمات يتمثل في الصفحتين الثانية والثالثة (إذا استثنينا الأخيرة) وذلك لسهولة الوصول إليهما، والعودة منهما ثانية إلى الصفحة الأولى.

العنوان التمهيدي (المدخل)

- هو ذلك العنوان الذي يتكون من كلمات قليلة تسبق العنوان الرئيسي، وتجمع من حروف أصغر أو أكبر من حروف العنوان الرئيسي، ومن أنواع تغايرها أحيانا، وذلك بناء على شكل العنوان التمهيدي المستخدم.
- ومن الجدير بالذكر أن العنوان التمهيدي لا يقتصر على الشكل (الطراز) الشائع في الصحف العربية والمعروف بالرفاس (Kicker) ، وإنما له أشكال ومسميات أخرى كثيرة تختلف باختلاف المعالجة التيبوغرافية لكل منها والوظيفة التي يؤديها، ومن أمثلتها بالإضافة للرفاس، المطرقة، والرزونة، والثلاثي، والشرطي (الجارح أو اللاذع)، والمدوي (المقرقع).

العنوان الرفاس (Kicker)

- هو مجموعة الكلمات التي تتكون من سطر واحد، وتعلو العنوان الرئيسي لتشكل مدخلا له، ويتميز هذا النوع بصغر حجمه وقلة اتساعه قياسا بالعنوان الرئيسي، بحيث يصل حجمه إلى النصف واتساعه إلى الثلث، كذلك فإن كلماته أيضا قليلة، وغالبا ما يوضع تحته خط لزيادة التأكيد عليه.
- وحتى يتمكن القارئ من التقاطه قبل أن يبدأ بقراءة العنوان الرئيسي، فلا بد من أن يتزحزح العنوان الرئيسي الذي يليه إلى اليسار قليلا ويبدأ الرفاس من أقصى اليمين في الخبر.
- وقد درجت الكثير من الصحف العربية والأردنية منها، على التعامل مع هذا الطراز من العناوين التمهيدية، حيث يأتي فوق العنوان الرئيسي ويتوسط المسافة التي يشغلها هذا العنوان، ولذلك فإن عين القارئ في هذه الحالة تتجاهله ولا يعود مقروءاً، لأنها تصطدم بالعنوان الرئيسي نظرا لكبر حجمه. كما درجت هذه الصحف على الإكثار من كلمات هذا الطراز، بحيث تتجاوز في كثير من الحالات عدد كلمات العنوان الرئيسي الذي يليه. وبالنظر إلى مواصفات العنوان الرفاس، فإنه أفضل ما يكون للعناوين العريضة (المانشيت)، والعناوين الممتدة، ولا يصلح بتاتا في حالة العناوين العمودية، نظرا لضيق المساحة التي يمتد عليها العنوان العمودي.

عشرة أفكار مفيدة في الاخراج الصحفي

- على المخرج أن يتجنب الكتابة بالأبيض على أرضية سوداء أو ملونة (Reversed Out Type)، نظرا لصعوبة القراءة، سيما إذا كان الموضوع طويلا. وإذا كان لابد من ذلك، فيفضل أن يكون حجم الحرف أكبر من المعتاد حتى تسهل قراءته.
- يفضل ترشيد استخدام الألوان على صفحات الجريدة، مع مراعاة أذواق القراء مع التركيز على الاستخدام الوظيفي للون، وأن لا يكون الهدف من الألوان جمالي فقط.
- الخط المائل لا يقرأ بسهولة، سيما إذا كان الموضوع طويلا، ولذلك لابد من ترشيد استخدامه.
- لا تقطع سياق النص الواحد لأن ذلك يشتت بصر القارئ وذهنه، ولا يساعد على سهولة القراءة.
- القراء يفضلون السطور الممتلئة (Justified) على تلك المسننة (Ragged) من الجهة اليسرى، سيما في الموضوعات الطويلة.
- يفضل مراعاة أن لا يكون عدد القصص الاخبارية على الصفحة الأولى كثيرة، ولابأس في هذه الحالة من استخدام الفهرست (Index)، لأن مهمة الصفحة الأولى لا تقتصر على الترويج لأهم الأحداث اليومية، وانما أيضا الترويج للموضوعات المنشورة على الصفحات الداخلية.
- لا تكثر من استخدام الارضيات العادية والملونة، سيما اذا كان هناك صورا أو رسومات على الصفحة، لأن الأرضيات تتعارض معها.
- القصة الاخبارية الرئيسية على الصفحة الأولى موقعها في منطقة المركز البصري (Optical Center) ، والتي تقع فوق المنتصف بقليل وعلى الجهة اليمنى من الصفحة.
- غالبا تقل أهمية الأخبار كلما اتجهنا في الصفحة الى الاسفل.
- غالبا يقل حجم الحرف الذي تكتب به العناوين كلما اتجهنا في الصفحة الى الأسفل.


الكتابة والتحرير
للاذاعة والتلفزيون



- تختلف إدارة غرف أخبار الإذاعة عن إدارة غرف أخبار الصحف. فمعظم المدونين الصحفيين للإذاعة لا يتخصصون في تغطية نوع معين من القصص الصحفية، ولكن يمكن بدلا من ذلك، تكليفهم بالعمل لتغطية قصص صحفية لكي تذاع في نشرات أخبار معينة من قبيل أخبار الصباح الباكر أو أخبار المساء. ويُعد مثل هذه النشرات منتِج يقرر القصص الصحفية التي ستذاع، وطولها وتسلسل إذاعتها. وفي غرف الأَخبار الأكبر حجما، يشرف منتج تنفيذي على عمل المنتِجين.
- وبالإضافة إلى المدونين الصحفيين، لدى غرف الأخبار عدد من كبار قرّاء النشرات لقراءة النشرات على الهواء وتقديم القصص الصحفية التي غطاها المدونون الصحفيون في ذلك اليوم. وعادة يظهر كبار قرّاء النشرات أكثر من مرة واحدة يوميا.
- يعطى لقب محرر صحفي للشخص المسئول عن الإنتاج الفني للقصص الصحفية الإخبارية، وهو المسئول عن تجميع الفيديو والصوت معا لعمل المنتج النهائي الذي يذاع على الهواء. وفي العديد من غرف الأخبار، ينجز هذا العمل المصور الصحفي الذي التقط أفلام الفيديو مستخدما النص الذي كتبه وسجله المدوب الصحفي.

أشكال القصص الإذاعية والتلفزيونية

- قصة «القارئ» هي قصة صحفية بدون تسجيلات صوتية إضافية أو فيديو إضافي – وعادة يقدمها مذيع الأخبار أو كبير قارئي النشرات في الاستديو.
- قصة مُركب عليها صوت» فهي مصطلح يستعمل في التلفزيون للقصة الصحفية التي تتضمن الفيديو ولكن لا تتضمن «تسجيلات صوت. ويقرأ قارئ النشرة أو كبير القراء النص المكتوب للقصة بينما يعرض الفيديو الصور. وإضافة تسجيلات الصوت تحوّل القصة المركب عليها الصوت إلى «قصة مركب عليها صوت مسجل على شريط». وعلى الرغم من أن العديد من المحطات تسجل جميع لقطات الفيديو تسجيلا رقميا بدون استعمال شريط تسجيل، يبدو أن الاختصار «مسجل على شريط»سيظل مستعملا .
- قصة القارئ، والقصة المركب عليها صوت تميل إلى أن تكون قصيرة: عادة أقل من دقيقة، وفي بعض الأحيان لا تتجاوز ١٠ ثوان أو ١٥ ثانية.
- القصة التي يكتبها المدوب الصحفي بأكملها فهي تسمى «النهاية» في الراديو أو «حزمة» في لغة أخبار التلفزيون. وهي تتكون من حكاية المدوب الصحفي، وتسمى أيضا «التسجيلات» وهي تتضمن عادة تسجيلات أصوات والأصوات الطبيعية، وهي الأصوات التي تحدث بصورة طبيعية في الموقع. ومن الواضح أن قصة التلفزيون بها فيديو وقد تتضمن رسومات ثابتة أو متحركة. ويمكن تقديم هذه الأنماط من القصص الصحفية بالبث الحي أو أن تكون مسجلة مسبقا، وهي تميل إلى أن تكون أطول من أشكال أخرى من القصص الصحفية في بعض الأحيان تصل إلى ست أو سبع دقائق، ويعتمد ذلك على تجهيز نشرة الأخبار. وتوجد مقدمة لكل حزمة، يقرأها مذيع الأخبار. وللعديد منها أيضا «نهاية» توفر معلومات إضافية في نهاية حزمة المدوب الصحفي.
- ويوجد نوع آخر من القصص الصحفية للإذاعة يعرف باسم حزمة «الصوت الطبيعي المسجل على شريط» ويوجد عادة هذا النمط من القصص الصحفية في التلفزيون ولكن في بعض الأحيان يستخدم أيضا في الراديو. وهو لا يتضمن أي تسجيلات بأصوات المدونين الصحفيين. وبدلا من ذلك يسرد الناس القصة الصحفية. ويمكن أن يتطلب هذا النهج قدرا أكبر من التخطيط ومن التقارير المطلوبة من أي قصة صحفية أخرى، ولكن يمكن أن تكون النتائج جيدة ومؤثرة. ويتعين على المصورين الصحفيين الذين ينتجون هذا النوع من القصص الصحفية بمفردهم، أي من دون مندوب صحفي، أن يتأكدوا من أن جميع المعلومات المطلوبة لسرد القصة الصحفية موجودة على الشريط. وما لم يحدث ذلك، فلن يكون للمنتج النهائي أي معنى.
- القصص الصحفية للإذاعة والتلفزيون مكتوبة لأذن المستمع، وليس لعين القارئ. ويجب على المدونين

الكتابة للإذاعة والتلفزيون

الصحفيين كتابة نص يمكنهم قراءته بصوت مرتفع: نص واضح له سمة المحادثة وسهل الفهم. وبخلاف قراء الصحف أو قراء شبكة الإنترنت، لا يمكن لجمهور الإذاعة أن يعود إلى الخلف ويلقي نظرة ثانية على القصة الصحفية التي لم يفهمها جيدا في المرة الأولى أو يستمع إليها مرة أخرى.

- يتسم صحفيو الإذاعة والتلفزيون بقدر من الإيجاز أكبر مما يتسم به زملاؤهم في الصحف. وهذا أمر حتمي عليهم. ولا يمكن لمقدمة الإذاعة أن تتضمن جميع الأسئلة وبدلا من ذلك، ينتقي كاتب الإذاعة أهم نقطتين أو ثلاث نقاط ويستعملها في المقدمة، ويضع النقاط الأخرى في الجملة التالية.
- تميل القصص في الاذاعة والتلفزيون إلى ترك بعض التفاصيل، من قبيل الأعمار والعناوين، الموجودة روتينيا في الصحافة المطبوعة. ويكتب المذيعون جُملاً أقصر لكي يتمكنوا من قراءتها بصوت مرتفع من دون أن يلهثوا.
- يجب على المدونين الصحفيين للإذاعة والتلفزيون أن يعتادوا سماع أصوات الكلمات التي يكتبونه.
- يجب أن يحتاط كاتبو الإذاعة من العبارات التي قد تكون صحيحة على الورق المطبوع، ولكنها تبدو مضحكة لو كانت مقروءة بصوت مرتفع. وينبغي أيضا لكتاب الإذاعة أن يحتاطوا من الكلمات القريبة النطق من بعضها ولكن لها معان مختلفة.

- يحرص صحفيو الإذاعة على قراءة النصوص التي يكتبوها وبصوت مرتفع قبل قراءتها على الهواء للتعرف على هذا النوع من المشاكل، وكذلك على المعاني المزدوجة وغير الواضحة إذا كانت مكتوبة ولكنها قد تسبب الحرج وهي منطوقة.
- أسلوب كتابة أخبار الإذاعة والتلفزيون أقرب إلى المحادثة من أسلوب كتابة الأخبار المطبوعة. وبعبارة أخرى، ينبغي لصحفيي الإذاعة أن يكتبوا مثلما يتكلمون.
- للمحافظة على نبرة المحادثة لا يتعين على المذيعين استعمال الأسماء والألقاب كاملة في قصصهم الصحفية. وبوجه عام، لا تستخدم اختصارات الأسماء على الهواء ما لم تكن هذه الاختصارات جزءا أساسيا من الاسم. وفي بعض الأحيان قد لا يكون حتى الاسم مطلوبا.
- إلحاح آنيّة الخبر سمة رئيسية لأخبار الإذاعة. فإذا كان شيء يحدث بينما أنت تذيع على الهواء، يمكنك بل وينبغي لك أن تقول ذلك: «الملك في طريقه بالطائرة إلى القاهرة...» أكثر تأكيدا على ان الحدث يجري الآن في هذه اللحظة من أن تقول ، «يغادر الملك إلى القاهرة بالطائرة اليوم.»

الصوت

- تسجيلات الصوت التي يستخدمها المندوبون الصحفيون للإذاعة والتلفزيون في قصصهم الصحفية هي في الإذاعة ما يساوي الاقتباسات .
- لا يكفي أن تكون تسجيلات الصوت مفهومة على الورق. يجب أن تكون واضحة بقدر كاف لكي تُفهم وهي على الإذاعة أو التلفزيون.
- يتعين على صحفيي الإذاعة والتلفزيون مراعاة الزمن الذي تتطلبه تسجيلات الصوت. فالذي يبدو قصيرا وهو مطبوع قد يحتاج إلى وقت طويل لقراءته بحيث لا يمكن استخدام تسجيل الصوت بأكمله من دون أن تتجاوز القصة الصحفية الوقت المخصص لها.
- بالإضافة إلى تسجيلات الصوت، قد تتضمن القصص الصحفية على الإذاعة والتلفزيون ما يسمى بالأصوات الطبيعية أو «البرية» وهذا هو الصوت الذي يُلتقط بينما يرسل المندوب الصحفي تقريره عن القصة الصحفية: صوت الرياح أو صوت سيارة شرطة أو أطفال يصرخون. يمكن استخدام الأصوات الطبيعية بمستوى صوت منخفض، بوصفه خلفية لكلمات المندوب الصحفي، أو «بمستوى صوت مرتفع» لكي يسمعها الجمهور بوضوح.

الصور

- يراعي صحفيو التلفزيون المهرة التوافق بين كلماتهم وبين الفيديو المستخدم. والصور ليست مجرد «ورق حائط» من الفيديو؛ بل هي جزء أساسي من القصة الصحفية. والصورة تجيب على سؤال «ماذا» في القصة الصحفية؟ أما الكلمات فهي تجيب على سؤال «لماذا».
- مندوبو التلفزيون الصحفيون بحاجة إلى معرفة مواد الفيديو التي سيستعملونها في القصة الصحفية قبل بداية الكتابة. وينبغي أن يشاهدوا جميع لقطات الفيديو أولا، إذا كان ذلك ممكنا، ليتأكدوا من أن ما سيكتبونه يتوافق مع الصور.

الظهور على التلفزيون

- يجب على مقدمي البرامج التلفزيونية ونشرات الاخبار مراعاة مايلي:
- اختيار الملابس المناسبة والتي تتفق مع طبيعة البرنامج وعادات المجتمع وشخصية المذيع.
- اسخدام المكياج المخصص لمقدمي برامج التلفزيون حيث ان الاضاءة في التلفزيون تظهر العديد من عيوب الوجه.
- استخدام المجوهرات والاكسسورات يجب ان يكون في حدوده الدنيا والقاعدة هي البساطة في اللبس والمظهر والاكسسورات.

نشرات الأخبار

- يستطيع قرّاء الصحف أو قرّاء مواقع الأخبار على شبكة الإنترنت التحكم بقدر كبير في كيف يتلقون الأخبار. أما مستمعو الراديو ومشاهدو التلفزيون فتحكّمهم أقل. إذ يستطيع قارئ الجريدة اختيار أن يبدأ بقراءة الصفحة الأولى، أو قسم الرياضة، أو الوفيات أو أي شيء آخر. ويمكن للقارئ على الإنترنت أن يتصفح ما تعرضه الصفحة الرئيسية من مواقع قبل انتقاء البند المعين الذي سوف يقرأه من البداية إلى النهاية. ولكن مستمع الراديو أو مشاهد التلفزيون عليه أن يحصل على الأخبار بطريقة عرضها أي بتسلسل القصص الصحفية الذي حدده منتج نشرة الأخبار مسبقا.

- تبدأ نشرات الأخبار بما يسمى المقدمة/الموجز وهي ما يعتقد المخرج أنه يشكل القصة الصحفية الرئيسية لذلك اليوم. وهذا لا يعني أن كل قصة صحفية أخرى تأتي بعد قصة المقدمة تعتبر أقل أهمية بقليل عن التي تسبقها. ويتعين على المنتج أن يراعي تأثير نشرة الأخبار بأسرها، وليس مجرد تأثير كل قصة صحفية على حدة. وعادة يضع المنتجون قصة مهمة أو غير معتادة في وقت متأخر من نشر الأخبار ويثير المشاهدين بما سيأتي بعد ذلك لكي يحتفظ باهتمامهم ويجعلهم يواصلون مشاهدة برنامجه.
- يضع المنتج قائمة بجميع القصص الصحفية وفقا لتسلسل إذاعتها في نشرة الأخبار. ومهمته هي أن يعرف بالتحديد الوقت الذي ستستغرقه إذاعة كل قصة صحفية لأن نشرة الأخبار يجب أن تبدأ وأن تنتهي في وقت محدد. وبعد بداية البرنامج، يتأكد المنتج من أنه يذاع طبقا للجدول الزمني. وإذا استغرقت قصة صحفية وقتا أطول من المتوقع لها، يتعين عليه أن يتخذ قرارا بشأن الأجزاء التي سيقطعها من قصص صحفية أخرى ليعوض الذي حدث. وإذا تقرر التخلي عن قصة صحفية، يتعين عليه توفير مواد لسد الفجوة.

كتابة الأخبار للتلفزيون و الاذاعة

- الجملة الإفتتاحية تحمل فكرة واحدة... لا بد أن تكون جيدة.
- لا بد أن تكون قصتك مدعمة لجملتك الإفتتاحية.
- إذا لم تتوافق قصتك مع جملتك الإفتتاحية، فانسى الأمر كله.
- لا بد أن تكون جملتك الإفتتاحية قوية لتشد إنتباه قارئك للوهلة الأولى.

تغطية الأخبار العاجلة

- عند تغطية الأخبار العاجلة، حاول أن تكتب ما يمكن بثه على الهواء مباشرة.. النواحي الجمالية ليست مهمة في هذه الحالة.
- إجعل أخبارك مبسطة.. و مبسطة.. و مبسطة.
- ركز على الحقائق.
- ركز على ما تعرفه و ليس أكثر.
- إذا لم يكن باستطاعتك التأكيد، فانسب الخبر أو التصريح لقائله.
- أخبر مشاهديك أنك تعمل جاهدا للتأكد من صحة مصادرك والتقارير الأخرى.
- الأهم أن تكون صادقا وواثقا من صحة أخبارك قبل أن تكون سباقا في نشر قصة خاطئة.
- كن صادقا.. فإذا لم تكن بحوزتك الأجوبة، لا تحلل ولا تتنبأ فهذا ليس جزءا من عملك.
- صف ما يدور حولك من أحداث وحاول استخدام كلمات جديدة و مبتكرة.
- حاول أن تحافظ على توازنك وهدوئك تحت الضغط. تذكر أن مشاهدك لا يهتم بالمصاعب و العقبات التي تواجهك وراء الشاشة.
- انشر القصة وبشكل صحيح.

التقارير التلفزيونية والإنتاج للتلفزيون

- اجمع المعلومات الكافية عن قصتك قبل أن تغادر المكتب.
- ابحث و اعرف موضوعك جيدا.
- حضر مسودة مكتوبة لنصك يمكن الرجوع إليها وتساعدك على التركيز. تذكر ان هذه ليست الا مسودة ورؤوس اقلام ليست محفورة على الحجر لذلك يمكنك التغيير فيها عند اللزوم.
- إذا لم تجد الوقت لكتابة المسودة كاملة، حضر على الأقل العناوين الرئيسية للفقرات التي ستتناولها في قصتك.
- حضر لائحة اضافية ممكن الرجوع اليها اذا احتجت حتى تكمل قصتك.
- تأكد من حصولك على المعدات اللازمة. انها مسؤوليتك انت بالذات ان تطلب من المصور ان يجلب معه المعدات اللازمة كالبطاريات مثلا حتى تغطي مدة التصوير المتوقعة وأي نوع من الإنارة انت بحاجة اليها (داخلية أو خارجية)، اذا كنت ستقوم بالمقابلة و انت جالس أو مقابلة في الشارع مثلا، فالمصور يجب أن يعرف ماذا سيلزمه من معدات للصوت.
- تأكد من أن تكون على اتصال دائم مع مصورك و تشرح له القصة. اعلمه بأفكارك واحتياجاتك. اساله إذا كان عنده أي اقتراح. يجب ان تكونوا فريقا متجانسا ومكملا لبعضه البعض.

- عندما تلتقطون الصور، جرب أن تدون كل شيء وتعرف وتحفظ كل الصور واللقطات التي يأخذها المصور. هذا سيوفر عليك وقتا كبيرا عندما ترجع الى المكتب.
- قبل أن تغادر المكان اسأل المصور عن اللقطات والصور التي أخذها «أو أخذتها» حتى تتمكن عندها وفي نهاية التصوير من أن تقترح أخذ المزيد من الصور أو اللقطات التي انها لربما تنقصك.
- عندما يكون المصور منهمكا في عمله حاول أن لا تقاطعه الا إذا كان ذلك ضروريا جدا.
- اذا كنت بالفعل بحاجة الى شيء ضروري من المصور، اربت بهدوء على كتفه ثم تكلم معه. لا تحاول أن تفاجئه بقدومك السريع اليه. هذا سوف يؤدي الى تخريب الصور.
- لا تأخذ الصور إذا لم تكن بحاجة إليها. إن هذا مضيعة للوقت والجهد. ركز دائما على تسلسل القصة، عناصرها الرئيسية واحتياجاتك لها. لا تحول انتباهك وتركيزك الى أشياء ثانوية.
- أثناء التقاط الصور ومكونات القصة تذكر نصك دائما. أنت تكتب من أجل الصور.
- عندما تكون في الميدان تذكر وفكر في اللقطة الأولى واللقطة الأخيرة.
- صور الstand up في مكان الحدث، إذا كان ذلك مؤتمرا أو محاضرة أو في المطار أو السوق... الخ.
- يفضل أن تأخذ «Bridge» و «Stand Up» ولاحقا عندما تصل الى المكتب يمكنك الانتقاء بينهما وتحديد الأحسن.
- عندما تكتب «Bridge» أو «Stand Up» من الأسهل والأفضل أن تذكر فقط الوقائع التي تعرفها. مثلا، قدر عدد المشتركين في المظاهرة بشكل دقيق. من الأفضل أن تعتمد الرقم الأقل في تقديرك وتكون قريبا من الحقيقة، على أن تقوم بالعكس. مثلا « اليوم تجمع ٥٠٠ شخص في ساحة الشهداء» أو أذكر «لا أحد يمكن أن يؤكد عدد الأشخاص الذين تجمعوا هنا اليوم، ولكن كما يمكنكم أن تروا ورائي فهم بالمئات». لا تقل « تجمع اليوم هنا حوالي ٨٠٠ شخص». الاعداد دائما تتغير، لذلك كن دقيقا. عندما تعود الى المكتب يمكنك اضافة الرقم الصحيح والطلب من المذيع قوله على الهواء قبل عرض الشريط.
- يجب أن يكون ال «Bridge» دائما معتمدا على الوقائع، لكن في الوقت ذاته حاول أن تجعله مرنا بما فيه الكفاية حتى تستطيع انزاله في المقاطع الانتقالية أو النقلات.
- من ناحية أخرى فإن ال «Stand Up» هو النهاية بالنسبة الى ما قدمته. لذلك يمكن أن كون إما تنبؤا بما سيحدث أو مجرد ملخص بسيط.
- عندما ترجع الى المكتب، وقِّت «ضع التوقيت»على الشريط، اكتب نصك وأضف الصوت. وهذه هي النهاية.

اللقاءات التلفزيونية

- المقابلات مع الاشخاص من الشارع:
- اجعل مقابلاتك متنوعة ومختلفة، تحدث الى الكبار، الصغار، النساء و الرجال.
- إسأل نفس الأسئلة وبنفس الطريقة تماما.
- إسأل نفسك أسئلة بسيطة. ماذا تفعل هنا اليوم؟ ما هو رأيك في التشريعات التي صدرت؟ هل أنت مع أو ضد هذا التشريع؟ ما هي أفكارك عن هذا الموضوع؟.
- لا تطرح أسئلة تكون إجابتها نعم أو لا.
- لأغراض تحريرية، حاول أن تغير موقعك خلف الكاميرا لكل مقابلة، حاول أن تحصل على زوايا مختلفة لليمين أو لليسار حتى تتجنب عدم التواصل أو نقلات غير منطقية عند بث المقابلة.

التحضير للمقابلات:

- لا تتحدث مع من تجري معه المقابلة عن الموضوع الرئيسي قبل بدء التصوير حيث لا بد من الاحتفاظ بالجوانب الجديدة (الطازجة) خوفا أن يرد عليك أثناء المقابلة بقوله مثلا: كما ذكرت سابقا.
- دائما ابدأ مقابلتك بالتأكد من جودة الصوت، اسأل ضيفك أن يصرح باسمه ولقبه ويتهجى اسمه أمام الكاميرا.
- إبدأ بأسئلة عامة، بسيطة وسهلة وإجعل ضيفك يشعر بالراحة.
- اقترب من عدسات الكاميرا إما من ناحية الشمال أو ناحية اليمين.
- تأكد من أن المايكروفون لا يظهر عند تصوير المقابلة.
- لا تقطع حديث ضيوفك بقول «أه – نعم فهمت» و حاول أن تهز رأسك إيجابا فقط.
- إذا تحدث ضيفك وأطال في حديثه فلا تتردد في تكرار سؤالك مرة أخرى. هل يمكنك تلخيص أو إجمال ما قلت بإختصار؟.
- إذا لم تفهم شيئا فلا تتردد في طرح سؤالك، هل بإمكانك شرح هذا مرة أخرى من فضلك؟
- إسأل: ما هو الحد الأدنى أو ما هو هدفك؟

- لا تخف من الهدوء الغريب، الدموع، تابع اهتمامك بالموضوع و تعاطف مع ضيفك، لا تتوقف عن التصوير فقد تكون هذه اللحظات أفضل ما حصلت عليه من تصوير.
- كلما كان كلامك قليلا فإنك تشجع ضيفك على أن يكون هو المتحدث.
- لا تخف من سؤال الأسئلة الصعبة. قل مثلا: بعض الناس الذين تحدثنا إليهم، قالوا عنك كذا وكذا فكيف تجيب على هذه الأسئلة والإدعاءات؟
- استمع جيدا وفكر في ضيفك.
- دوَن ملاحظاتك، سجل الكلام المنقول.
- ضع نجمة أو نجمتين على المقابلات التي تشعر أنها قوية وتخدم قصتك.
- في نهاية المقابلة، إسأل ضيفك إذا كان يريد أن يضيف شيئا.
- تأكد من حصولك على زوايا مختلفة وتصوير الأشياء المحيطة بمكان المقابلة.
- لا تحاول أن تخدع مشاهديك، فلا تحاول ابتكار خلفية لضيفك، لا تضع علما أو أثاثا أو صورا كخلفية للمقابلة، الكثير من الصحافيين قد يقومون بذلك ولكنه ليس أخلاقيا و مصطنعا.
- لا تقدم وعودا لا تستطيع تقديمها، فإذا طلب أحد الأشخاص الحصول على نسخة للمقابلة، فأجبه بأنك لا تستطيع القيام بذلك ولكن أخبره أنه يستطيع تسجيل المقابلة من المنزل عند بثها على الهواء. كن صادقا فقط.

إعداد البرامج الاذاعية

- عندما نبدأ بالتفكير بالبرنامج يجب قبل كل شيء الاجابة على الاسئلة التالية:
- من هم المستمعون؟
- ما هي اهتماماتهم؟
- ماذا نود ان نقول لهم؟
- في اي وقت يمكن ان يستمعوا الى البرنامج؟
- ما هي المدة التي يمكن ان يخصصوها له؟
- ما هي المدة التي يجب ان تخصص للبرنامج؟
- اذا لم نجب على هذه الاسئلة يبقى عملنا دون جدوى.
- اولا : من هم المستمعون ؟
- شباب ، كبار السن ، نساء ، موظفون ، طلاب، أشخاص في المنزل، من عامة الشعب او من الطبقة الغنية ، من المدينة او من الريف ....الخ.
- لا يمكننا ان نتوجه الى كل فئة من هؤلاء المستمعين بنفس الطريقة ، ولا يمكن لنا ان نكلمهم بالطبع عن نفس المواضيع .

ثانيا : ما هي اهتماماتهم ؟

- هل تساءلنا يوما عن المواضيع التي يمكن ان يهتم لها المستمعون ؟ ليست بالضرورة تلك التي تهمنا نحن شخصيا .

ثالثا: ماذا نود ان نقول لهم ؟

- او ندعهم يقولون ...
- كلمات رصينة ، اقل رصانة ، اخبار ، اشياء مسلية ...
- نرغب في التطرق الى بعض المواضيع او نود فقط ان يستمعون الينا نتكلم في المذياع؟
- هل بامكان هذه المواضيع ان تشد انتباه المستمع عند بث البرنامج ؟

رابعا: في اي وقت بامكانهم الاستماع الى البرنامج، وما هي المدة التي يمكن ان يخصصوها له ؟

- المستمع الذي نرغب بالتوجه اليه، في اية ساعة بامكانه الاستماع، وما هي اشغاله في هذا الوقت؟
- في اية حالة هو عند بث البرنامج ؟ من المؤكد اننا لن نكلمه بنفس الطريقة اذا كان يغلب عليه النعاس ، او مسترخيا، او متعبا او حتى غاضبا.
- اذا كان مشغولا وانتباهه ضعيفا، يجب ان يكون مضمون البرنامج خفيفا، موسيقيا مسليا.
- اذا كان غير مشغول بعمل معين ومستعدا للاستماع، بامكاننا ان نقدم مضمونا كثيفا وجديا.

خامسا :ما هي المدة التي يجب ان تخصص للبرنامج ؟

- دقيقتان ، ربع ساعة ، نصف ساعة ، ساعة ، ثلاث ساعات؟
- من الافضل ان يبقى المستمع على جوعه من ان يصاب بتخمة وملل .
- اذا لم يكن لدينا مادة تسمح لنا بان نكون جيدين لاكثر من ربع ساعة ، لا يجب علينا ان نفعل اطول من ذلك .
- تعليق من دقيقتين يدعو للابتسامة ويؤثر في النفس هو بالطبع افضل من برنامج تافه ودون شخصية، لو كانت مدته ساعة من الوقت، المستمع سيعزف عنه دون شك.

سادساً: ما هي المدة التي يمكن ان يخصصها لنا المستمع ؟

- عدة دقائق بين تنظيف الاسنان، فنجان القهوة الصباحي والتوجه الى المكتب، او ساعة من الوقت صباحا في نهاية الاسبوع ؟
- في الصباح خلال الاسبوع، يجب تقديم فقرات قصيرة تسمح للمستمع بان يستوعب محتواها الرئيسي وهو يقوم بأعماله الصباحية . اما في وقت القيلولة او اخر السهرة ، فبالامكان اخذ الوقت لخلف جو معين، رواية القصص، والجلوس بصحبة المستمعين عبر المذياع.
- هذه الاقتراحات يجب ان تكيف بالطبع حسب طبيعة حياة المستمع ،لان طريقة الحياة ليست واحدة ولا بنفس الايقاع ، فالمستمع في العاصمة يختلف نمط حياته اليومية عن المستمع في المناطق الصحراوية على سبيل المثال . هذا بالاضافة الى اختلاف الاذواق من منطقة الى اخر .فالموسيقى الكلاسيكية قد تناسب مستمعي بعض مناطق المدينة في حين ان هذه الموسيقى لا تناسب سكان الصحراء.
- تحديد لون البرنامج
- اختيار المواضيع ومعالجتها .
- اختيار الموسيقى .
- الاسلوب ، الايقاع وتسلسل مداخلات مقدم البرنامج .
- اللون هو الجو والاسلوب الذي يتحلى به البرنامج والذي يسمح للمستمع بالتعرف إليه منذ اللحظات الاولى من الاستماع . هذه الهوية الصوتية تسمح للمستمع الذي نتقاسم معه نفس المعايير الموسيقية او اللغوية بالاندماج مع البرنامج واعتباره جزءا منه . اي يجب ان يتقاسم مقدم البرنامج مع مستمعيه نفس المفردات والاسلوب في الاداء حتى يعتبروه واحدا منهم.
- حسب نوع البرنامج يمكن ان يكون لكل حلقة لون تحدده المواضيع المعالجة، الاخبار، الموسيقى، الثقافة، او حتى مزاج المقدم. كما انه بالامكان تحديد اللون لمرة واحدة للبرنامج وحتى نهاية الدورة البرامجية. وفي هذه الحالة ومهما كان مزاج المقدم، عليه ان يحافظ على هذا اللون، مما يدلل على مدى قدراته المهنية.
- بالنسبة للون البرنامج ، هناك ثوابت يمكن ان تحددها المعايير التالية :
- نوعية المحطة: شمولية ،وطنية ، خاصة ،ذات توجه موسيقي للمراهقين ،للشباب ، للراشدين او لكبار السن، ذات توجه رياضي ، اخباري ،....
- نوعية المستمعين الذين نرغب بالتوجه اليهم: بالنسبة لمحطة شمولية ، نوعية المستمعين تتغير بالنسبة لساعات البث. في ساعات الصباح الباكر نتوجه الى العمال والموظفين وهم في طريقهم الى العمل .بين الساعة التاسعة والحادية عشرة صباحا نتوجه الى الذين لا يعملون (العاطلين عن العمل، المتقاعدين، ربات البيوت) . من الساعة الثانية عشرة وحتى الثانية من بعد الظهر نتوجه الى نفس الذين لا يعملون بالاضافة الى العمال العائدين الى منازلهم بالسيارات. خلال النصف الاول من ساعات المساء نتوجه الى جميع المستمعين قبل مشاهدتهم لنشرة اخبار التلفزيون الرئيسية عند الثامنة مساء. ومن الساعة الثامنة حتى العاشرة ليلا الى الشباب الذين لا يحبون التلفزيون او لراكبي السيارت، المستمعون هم عادة نفسهم (مراهقون، شباب، راشدون، كبار السن) ولا يتغيروا بحسب ساعات البث. ولكن مشاغلهم بامكانها ان تتغير حسب الوقت، وبالتالي امكانية استيعابهم ايضا.
- الفترة الزمينة : الجو الذي نعطيه لبرنامج صباحي ليس هو الجو الذي نعطيه لبرنامج مسائي او اخر ليلي. المستمعون ليسوا بالطبع بنفس الحالة النفسية، ولا هم بنفس القدرة على الاستيعاب. في الصباح وفي منتصف الاسبوع، يجب ان يكون جو البرنامج حيويا مع قليل من المواد ذات المضمون الاخباري لمرافقة المستمع الى عمله. المضمون يكون إخباريا اكثر في حال توجهنا الى مستمع في المنزل. في أواخر بعد الظهر، بامكاننا ان نتخيل المستمع عائدا من عمله، في زحمة سير خانقة، ومتمنيا ان يحصل على لحظات من الاسترخاء للتخلص من ضغط يوم كامل من العمل، في هذه الحالة علينا ان نتفادى الاخبار التي تتكلم عن كوارث الدنيا، ونقدم له قليلا من التسلية، الفكاهة، الثقافة ، الموسيقى. جو البرنامج خلال السهرة او في اواخر الليل بامكانه ان يكون حميما، هادئا، إنها ساعة الحكايات والاسرار، المضمون بامكانه ان يكون اخباريا بشرط ان يقدم بالاسلوب اللازم.

شخصية المقدم :

- ليس من السهل ان نقدم برنامجا فكاهيا اذا لم نكن اصلا من الاشخاص المرحين، ولا برنامجا موسيقيا اذا كنا لا نحب الموسيقى، ولا برنامجا رياضيا اذا كنا لا نهتم بالرياضة. مدير البرامج الجيد يعرف تماما لماذا طلب من هذا او ذاك تقديم البرنامج. عندما اتخذ قراره اخذ بالاعتبار لمشروع البرنامج الذي قدم وصوت وشخصية المذيع، هذه المقاييس مجتمعة هي التي تحدد بنسبة كبيرة اذا كان هذا البرنامج مناسبا للمحطة وبالتحديد لهذه الفترة الزمنية.
- بجميع الاحوال لون البرنامج وشخصية المقدم تظهران عبر الاثير من خلال :
- اختيار المواضيع وطريقة معالجتها .

البرمجة الموسيقية

- الاسلوب، الايقاع وتسلسل مداخلات مقدم البرنامج .
- اختيار المواضيع وطريقة معالجتها:
- هذا الاختيار يرتبط ارتباطا وثيقا بنوعية المستمعين وساعة بث البرنامج. اذا كنا نعرف المستمعين، اختيار المواضيع يمكن ان يكون سهلا . يجب ان نأخذ اذواقهم واهتماماتهم بعين الاعتبار بالطبع.
- بعض المواضيع المهمة في المطلق، يمكن ان لا يهتم لها المستمعون في اوقات معينة، كما يمكن ان تكون بالنسبة لبعضهم بدون اية اهمية تذكر، او لا تتناسب مع لون البرنامج .
- هذا مع العلم انه في بعض الاحيان لا يكون هناك مجال للاختيار بين المواضيع. هناك تلك التي تفرضها الاحداث او مناسبات معينة، وفي بعض المرات تكون الاخبار التي تهم المستمع قليلة جدا. عندها يجب ان نكييف طريقة معالجة الموضوع وبأي اسلوب . هل يجب التشديد على :
- المعالجة الدقيقة للخبر على طريقة نشرة الاخبار.
- المعالجة الشخصية ، او حتى الاعتماد على الخيال.
- الاستفزاز.
- كل ما هو براق ولامع ، حياة النجوم.
- كل ما يمت الى مجتمعنا بصلة ، انطلاقا من مبدأ كل ما يحصل عندنا يهمنا.
- كل ما يمت الى الشباب بصلة . مشاكل المراهقين ، اهتماماتهم وتحدياتهم.
- اذا طلب منا مثلا ان نتكلم في برنامجنا عن مؤتمر حول حقوق المرأة. بإمكاننا معالجة الموضوع بعدة طرق :
- في برنامج صباحي موجه الى ربات البيوت :
- معالجة تقليدية نتكلم من خلالها مثلا عن المساواة بين الرجل والمرأة بالنسبة لسوق العمل، مع ضيفة، عضوا في جمعية تهتم بالدفاع عن حقوق المرأة. بإمكاننا ان نستقبل ايض في هذه الحالة المكالمات الهاتفية من المستمعات اللواتي يرغبن بالحديث عن خبراتهن في هذا المجال، او يرغبن بطرح الاسئلة. الهدف من ذلك هو تسليط الضوء على حالات عاشتها بعض النساء، وإعطاء النصائح من اجل التحرك. الاسلوب يجب ان يكون بسيطا، والمقدم والضيف يجب ان يتحليا بدرجة كبيرة من حب الاستماع، ويظهرا تفهما لمشاكل المستمعات. المضمون الاخباري يكون في هذه الحالة مهما.

في فترة مقدمة أواخر بعض الظهر وموجهة الى الموظفين العائدين الى بيوتهم:

- الأسلوب يأخذ اكثر أسلوب البرامج الاخبارية، والمقدم يبقى على الحياد بالنسبة للموضوع. في هذه الحالة يمكننا ان نستضيف شخصا ليحدثنا عن الوضع بشكل عام، وعن النشاط القائم حوله في مختلف البلدان. بامكاننا ايضا ان نتكلم عن كتاب صدر حول هذا الموضوع، او عن معرض للصور خصص له.

في فترة مقدمة بين الثامنة والعاشرة ليلا ومخصصة للشباب والطلاب:

- بامكاننا ان نستضيف في هذه الفترة مجموعة من الشابات اللواتي يعملن من اجل تحرر الفتيات، هنا يجب ان يكون الاسلوب حديثا، شابا وبعيدا عن التكلف. الموسيقى بمكن ان تلعب ايضا دورا مهما في هذه الحالة. بامكاننا ايضا، واذا كانت العادات المحلية تسمح بذلك ان نتخيل فترة مفتوحة مع شبان وشابات يتكلمون عن الموضوع بطريقة حرة. في هذه الحالة ، يجب ان يعتبر المقدم نفسه واحدا منهم يشاركهم مشاكلهم وآمالهم.

في فترة من فترات إحدى إذاعات الاف أم الموسيقية:

- الموضوع يمكن ان يعالج من خلال فقرات قصيرة (ثلاثين ثانية الى دقيقة واحدة) توزع طوال الفترة بين الاسطوانات الموسيقية: اخبار قصيرة تتناول جوانب عديدة من الموضوع، اراء المستمعين على الهاتف او في الشارع، تصريحات الشخصيات المعنية، رزنامة الاحداث المتعلقة بالموضوع ....الخ. بامكان المقدم ان يعطي رأيه كذلك من خلال تعليق او اكثر يكتبه بهذا الشأن – « هكذا يعالجون الموضوع ، « هذا رأيي»، « هذا رأي صاحب مقهى» ... البرمجة الموسيقية بامكانها هي ايضا ان تكون مجارية للموضوع.
- الاسلوب الانسب هو ان يضع مقدم البرنامج نفسه دائما مكان المستمع او المستمعة. ماذا ينتظرون منه؟ ما مدى استعدادهم للاستماع؟ ماذا يعرفون عن الموضوع؟ ماذا يرغبون بمعرفته؟ بأية طريقة يجب ايصال الرسالة حتى يتقبلها هذا المستمع بالتحديد؟
- البرمجة الموسيقية
- التفكير بالبرمجة الموسيقية .
- بيع المقطوعات المختارة .
- احترام اللون الموسيقي للمحطة .
- في برامج المنوعات ، الموسيقى تأخذ حيزا مهما من المضمون ، وتلعب دورا كبيرا في عملية جذب المستمع، وفي البلدان التي تتواجد فيها منافسة اذاعية كبيرة ، يتوقف النجاح على ثلاثة عوامل رئيسية هي :

- الموسيقى.
- الاخبار.
- البرامج المباشرة مع المستمعين ، وبرامج «الاثير المفتوح».

الموسيقى:

- كلما كثر عدد الاذاعات كلما كان علينا ان نجيب بدقة اكبر على المتطلبات الموسيقية للمستمعين الذي نتوجه اليهم. فالشباب بين ١٨-٢٤ سنة لا يستمعون الى نفس الاغنيات التي يستمع اليها من هم من بين ٢٥-٣٤ سنة، ٣٥-٤٤، ٥٤-٦٤ ولا من هم فوق ال ٦٥ سنة.
- يجب التفكير بالبرمجة الموسيقية وبلورتها. لهذا علينا ان نتبع استراتيجية محددة في هذا المجال.
- المقطوعات الموسيقية يجب ان لا تبدو وكأنها عناصروضعت عشوائيا لتعبئة الوقت ، لكن كمقومات رئيسية تم اختيارها عمدا لانها ترمز بشكل او باخر الى الاخبار المقدمة، الى الموضوع العام للبرنامج او الى الهوية الموسيقية للمحطة وللمستمعين.
- على المقدم ان يتسأل ايضا عن مدى تأثير المقطوعة المبرمجة على مجرى البرنامج. هل هذا هو الوقت المناسب لتقديمها؟ ما هو تأثيرها على : توازن البرنامج ؟ ما سبق تقديمه ؟ ديناميكية الحلقة ؟
- هل تتناسب خصوصية المقطوعة الموسيقية مع البرنامج ؟
- الايقاع (سريع ، معتدل، بطيء)؟
- المصدر (محلي ، وطني ، عالمي)؟
- النوع (كلاسيكي ، تقليدي ، شعبي) ؟
- في البداية من الافضل ان نبرمج دائما مقطوعة تجذب المستمع، ذات ايقاع معتدل، وليست قديمة جدا ولا حديثة جدا. مقطوعة يعرفها جيدا ومعتاد على سماعها. اما المقطوعات الجديدة فيجب تقديمها في وسط البرنامج وإعطائها حقها من الاهمية.
- اذا اردنا المحافظة على ايقاع سريع للبرنامج، من الافضل ان نختار برمجة مقطوعة موسيقية بطيئة، اما اذا اردنا تهدئة الاجواء، تغيير الموضوع، او فتح صفحة جديدة، علينا إيجاد مقطوعة تكسر مجرى البرنامج بإيقاعها وأسلوبها.
- هناك العديد من الوصفات. كل شيء ممكن في حال كان ذلك مطابقا لاختيار مرتبط بهدف البرنامج المحدد.

بيع او تسويق المقطوعات المختارة :

- معنى ذلك انه عندما نعلن عن اسطوانة، يجب علينا ان نشرح لماذ نقدمها للمستمع (هذا اذا لم تكن هي التي تشرح نفسها بنفسها حسب موقعها في البرنامج) هل نقدمها لانها جديدة، بعد خبر معين عن الفنان، بطلب من احد المستمعين ...إعطاء نوع من الاهمية لاختيارنا، هذا ما يسمى بيع الاغنية .
- يجب علينا احترام اللون الموسيقي للمحطة.
- يجب على البرمجة الموسيقية ان تحترم اللون الموسيقي للمحطة. برنامجنا ليس وحيدا في الاذاعة، انه يندرج في شبكة برامج وسياسة اذعية محددة، اذا ، كلما كانت المحطة اقل شمولية، اي كلما كان المستمع محددا اكثر، كلما كان لون الاذاعة محددا بدقة اكبر.
- معايير أختيار البرمجة الموسيقية:
- نوع الموسيقى : كلاسيكية ،تقليدية ، شعبية ، . .
- الإيقاع : بطيء، سريع ،...
- القوة : تعطى علامة بين واحد وخمسة.
- المصدر : إقليمية ، وطني ، عالمي ،...
- الفترة الزمنية : اخر المقطوعات (اقل من شهر ، بين شهر وثلاثة اشهر) ، المقطوعات الجديدة (بين ثلاثة وستة اشهر ، ستة اشهر وسنة ، سنة وسنتين) ، المقطوعات التي لا تموت (بين ١٩٩٠ و١٩٨٥ و ١٩٨٠و...) المقطوعات الذهبية ؟
- هذه المعايير لها كلها علاقة باللون الذي ترغب المحطة بان تعطيه لنفسها، ولذلك من خلال نسبة التكرار عبر الاثير. اي عدد بث نوع معين من المقطوعات خلال فترة ساعة، ٤ ساعات، ٢٤ ساعة، اسبوع ، شهر.
- البرمجة الموسيقية لإذاعة موجهة للشباب يجب ان تعتمد خاصة على المقطوعات الجديدة، مع نسبة تكرار عالية. بامكانها ان تتميز من ناحية النوع، الايقاع والمصدر.
- إما الاذاعة الموجهة للراشدين فيجب ان تنوع بين اخر المقطوعات والمقطوعات الجديدة مع نسبة كبيرة من المقطوعات التي لا تموت التي اشتهرت في سنوات المراهقة لهؤلاء المستمعين.

الكتابة للمواقع الالكترونية



- معلومات أساسية يجب معرفتها للكتابة للمواقع الألكترونية:
- كن مكثفا: اكتب النص اقل بـ ٥٠٪ عن الكتابة للنسخة الورقية.
- اكتب للقراءة المسحية: لا تجبر المستخدم على قراءة فقرات مطولة.
- استخدم الروابط لتوزيع كم المعلومات على أكثر من صفحة، ولإعطاء المستخدم مزيدا من المعلومات.

- طالما ان «الصحافة الالكترونية» مختلفة عن باقي وسائل الاعلام، فان اسلوب الكتابة للنت يختلف ايضا عن أي أسلوب آخر، فله طريقته ومفاهيمه الخاصة.
- وقبل البدء في هذا القسم من المفيد اولا معرفة كيف يقرأ مستخدموا الشبكة العالمية المحتوى المعروض على المواقع.
- تشير الدراسات التي اجريت في دول متقدمة الى ان مستخدمي شبكة الانترنت لا يقرؤون محتوى المواقع كلمة كلمة. بل يعمدون الى طريقة «مسح» النصوص، منتقين عبارات او جملة مفردة.
- وفي دراسة اجريت في الولايات المتحدة على مستخدمي الشبكة، تبين ان ٧٩٪ من المستطلعة ارائهم يعمدون الى «مسح» النصوص التي يمرون بها لا قراءتها كاملة.
- وبينت الدراسة ان ما نسبته ١٦٪ فقط يقرؤون المضمون كلمة – كلمة. وبينت الدراسات ان المستخدمين يقرؤون الرسائل الاخبارية الواردة على البريد الالكتروني اكثر من المحتوى الذي تنشره المواقع.
- وكنتيجة لذلك، فان صفحات الويب يجب ان تستخدم نصوصا قابلة للـ«مسح».

شكل النص

- تسليط الضوء على كلمات مفتاحية باستخدام عدة طرق (الروابط التشعبية، ممكن ان تكون احدى هذه الطرق. تنويع طريقة الطباعة: مثل كتابة بعض العبارات بخط عريض او مائل او بلون مختلف).
- العناوين: يجب ان يكون العنوان في رأس المادة، واضحا وقويا، يلخص مجمل محتوى المادة ولا يعيد الأسطر الأولى منها فقط.
- عناوين فرعية ذات معنى وليس عناوين فرعية «ذكية». اذا تجاوز عدد كلمات النص على الـ٣٠٠ كلمة يجب استخدام عنوان فرعي.
- استخدام الرموز والأشكال، خاصة في القوائم. ان استخدام الرموز أو الاشارات مثل (×،#،-،...الخ) في مقدمة بعض الفقرات واللجوء الى التعداد والقوائم يساعد في لفت نظر القارىء واعطاء الفقرة معنى.
- فكرة واحدة للفقرة الواحدة (القراء سوف يهربون من أي فكرة اضافية اذا لم يتلمسوا الفكرة الرئيسية من الكلمات الاولى في الفقرة).
- من المفيد ايضا ان تكون الفقرات نفسها، قصيرة ومكثفة (ان فقرة تحتوي على ١٠٠ كلمة ستبدو طويلة جدا لمستخدمي النت).
- ان الفقرات الطويلة سوف ترسل اشارة الى القاريء: بانه سيبذل جهدا كبيرا في قراءتها. اما الفقرة القصيرة فسوف ترسل اشارة مختلفة: انها سهلة، لن تاخذ قرائتها وقتا طويلا.
- الكتابة بطريقة (الهرم المعكوس) البدء من النتيجة.

مضمون النص

- وجدت الدراسات أن المصداقية عامل مهم جدا بالنسبة لمستخدمي الانترنت. وعليه فان اي مادة او موقع مجهول اسم القائمين عليه او ان المواد المنشورة لا تحمل توثيقا للمصادر التي تم الاعتماد عليها من النادر ان يقوم المستخدم بالاطلاع عليها او الوثوق بها.
- بالامكان رفع مصداقية المضمون المنشور من خلال استخدام:
- رسوم غرافيكية ذات نوعية عالية.
- الكتابة السلسلة والقوية.
- استخدام الروابط التشعبية. والربط مع مواقع اخرى مثل المصادر الاولية للمعلومة. وهذه الطريقة وحدها كفيلة باقناع القارىء ان كاتب النص بذل جهدا كبيرا في توثيق مادته المنشورة، ولا يخشى ان يقوم زوار موقعه بزيارة المواقع الاخرى.

الاختصار والتكثيف

- أظهرت الدراسات أن القراءة عبر أجهزة الكمبيوتر أكثر بطئا من النسخ الورقية بـ٢٥٪. وحتى ان المستخدم الذي لا يعرف هذه الإحصائية ،غالبا ما يشعر بنوع من عدم الراحة عندما يقرأ عبر الشبكة.
- قد تكمن مشكلة عدم شعور القارئ عبر جهاز الحاسوب بعدم الراحة الى «مقروئية» الشاشات.
- ذلك ان اغلب مستخدمي الحاسوب وخاصة في الوطن العربي لا يزالون يمتلكون شاشات غير مطورة ودرجة نقائها ضعيفة.
- صحيح ان التكنولوجيا تتطور بسرعة فائقة ومن المتوقع ان تصل درجة نقاء هذه الشاشات درجة ممتازه ليتمكن القارئ من الحصول على شاشة تماثل الورق. لكن الى ذلك الحين فان مشكلة مقروئية الشاشات ستبقى أكثر إزعاجا من القراءة عن الورق. وكنتيجة، فان الناس لا تريد ان تقرأ نصوصا مطولة على الانترنت أو عبر شاشات الحواسيب.
- وحيث ان مستخدمي الشبكة لا يقرؤون المواد المنشورة بل «يمسحونها»، فان الكتابة للنت يجب ان تكون مختصرة. لذلك فمن الافضل التخلص من كل الكلمات الزائدة وشطب اي اعادة او تكرار وكلمات غير ضرورية.
- ومن الأفضل أن يكون النص المنشور على النت اقل بـ ٥٠٪ مما هو عليه في النسخة الورقية. وليس فقط ٢٥٪. وهذا امر لا يتعلق بموضوع عدم القراءة فقط وانما يتعلق بشعور القارئ بعدم الانزعاج.
- كما ان الدراسات أظهرت ان قارئ الانترنت لا يحبذ استخدام «الماوس» للنزول أكثر وأكثر إلى أسفل الصفحات، وهذا سبب آخر يدفعنا إلى تكثيف الكتابة للنت.

- كن مفيدا:
- يستخدم اغلب الناس الانترنت للبحث عن المعلومات. وان لم يكن موقعك موجودا بقصد الترفيه فقط. فتأكد من انك تقدم للمستخدمين معلومات مفيدة، هذا يعني ان تكون المعلومات مفيدة للمستخدم وليس لك.

- كلما كنت محددا كلما كنت مفيدا:
- صحيح ان الناس تحتاج للمعلومات العامة. وصحيح ان التعميم ممكن ان يكون مفيدا. الا ان المستخدمين في العادة يبحثون عن معلومات دقيقة أو تفصيلية. لا تزود المستخدم بمجرد لمحات. قدم له المعلومات التي يريدها.

قواعد اللغة

والتحرير



النسب :

- قاعدة عامة (المنسوب ما لحق أخره ياء مشددة مكسور ما قبلها للدلالة عن نسبته الى المجرد منها) مصر – مصري / فن – فني . يستثنى من القاعدة النسب المختوم بتاء التأنيث (القاهرة – القاهري) . الاسم المختوم بتاء التأنيث تحذف منه التاء عند النسب اليه .
- اذا اريد النسب الى المقصور، نظر الى الفه : فان كانت ثالثة قلبت واوا، وان كانت رابعة وثانيه ساكن جاز حذف الالف وقلبها واوا، وان كانت رابعة وثانيه متحرك، او كانت خامسة او سادسة وجب حذفها .(كسلا – كسلى / مصطفى – مصطفي).
- اذا اريد النسب الى المنقوص ينظر الى يائه : فان كانت ثالثة قلبت واوا وفتح ما قبلها ، وان كانت رابعة جاز حذفها او قلبها واوا مع فتح ما قبلها ، ان كانت خامسة او سادسة وجب حذفها .(الصدى – الصدوي / الرامي – الرامي او الراموي).
- عند النسب الى الممدود ينظر الى همزته (صحراء صحراوي) ، فان كان للتانيث قلبت واوا ، وان كانت اصلية بقيت على حالها ، وان كانت منقلبة عن اصل جاز ابقاؤها وقلبها واوا .

أسماء المراسلين والوكالات والتواقيع

- يكتب المكان ثم المصدر في مقدّمة الموضوع وقد يكتب في خاتمته كما يلي: عمان: زياد الرباعي
- إذا كان المكان غير مشهور، يوضّح اسم الدولة على الشكل التالي: المفرق، الاردن: نزار حداد
- إذا كان مصدر الخبر مكانين أو أكثر توضع فاصلة (،) بين كل اسم مكان، مثل: بيروت، دمشق، عمّان (عواصم): رويترز، أ ف ب
- إذا كان الخبر معتمدا على وكالة أنباء فقط، يوضع اسم الوكالة على سطر وحده قبل الخبر مثل: عمّان: بترا
- إذا اعتمد الخبر على وكالتين، يأتي اسماهما كما يلي: عمّان: رويترز، أ ف ب.
- عند كتابة أسماء الوكالات مختصرة مثل: (أ ف ب) لا توضع نقط بين الأحرف.
- عندما تتعدد مصادر الخبر الجغرافية نكتب: عمان، القاهرة : محمد يوسف ، زياد الرباعي.
- لا يتكرر اسم المراسل في الصفحة الأولى. فإذا كتب موضوعا آخر ونشر فيها، يكتب اسم المكان الذي أرسل منه موضوعه أو خبره متبوعا بكلمة «الدستور» بين علامتي تنصيص، مثل : دمشق: (الدستور).
- عندما يتم التعريف بكاتب أو مختصّ في آخر موضوع أو مقال كتبه يفضل ذكر لقبه واختصاصه ووظيفته او مكان عمله، مثل: استاذ العلوم السياسية في الجامعة الاردنية، عمان.

- تستعمل الألقاب العلمية مثل «الدكتور ، المهندس، المحامي» في نصوص الأخبار والمواضيع فقط، لكنّها لا تستعمل في توقيع المقالات أو الدراسات أو التحليلات أو الزوايا، لا في أعلى الموضوع ولا في أسفله، بل يكتفى بالاسم على أن يذكر في آخر المقال أو الموضوع بعد علامة النجمة اللقب، والاختصاص، واسم الجامعة التي يعمل فيها والوظيفة (يعتمد الأمر على سياسة الصحيفة التحريرية).

الألقاب

- يفضل عدماستخدام الصفات سلبا أو ايجابا مثل: الشاعر الكبير ، الفنّان المبدع، الموسيقي الخلّاق، المغنّي المعروف أو المشهور.
- لا يستخدم افعل التفضيل، مثل: أكثر الفنّانين عطاء، أفضل كتّاب الرواية الحديثة، أشهر المدن السياحية.
- يفضل عدم إستخدام المبني للمجهول إلا في حالات الضرورة : جرح رئيس الوزراء أثناء قيادته ...
- لا تستخدم الألقاب التشريفية، مثل: فخامة، سيادة، معالي، سعادة، أستاذ، بروفسور، أكاديمي، حضرة، دولة، عطوفة، جناب، السيّد ، الشيخ، سماحة، فضيلة، نيافة، قداسة.
- لا يذكر قبل أسماء رؤساء الحكومات وقبل أسماء رؤساء البرلمانات وما شابه لقب «الرئيس» بل يذكرون على الشكل التالي: رئيس وزراء الاردن نادر الذهبي ، رئيس مجلس النواب المهندس عبد الهادي المجالي ، وكل رئيس وزراء سابق أو ما شابه تذكر وظيفته السابقة بعد اسمه.
- يفضل إستخدام الصفة قبل الأسم : جلالة الملك عبد الله الثاني

علامات الترقيم

الفاصلة (،)

- تستعمل لفصل بعض أجزاء الكلام في الجملة الواحدة ، ويقف عندها القارىء وقفة خفيفة .

– توضع بين الجمل التي يتكون من مجموعها كلام تام في معنى معين .

– توضع بين الشيء واقسامه مثل انواع المادة ثلاثة : اجسام صلبة ، وأجسام ....

– بين الكلمات المفردة المرتبطة بكلمات اخرى تجعلها شبيهة بالجمل في طولها

- كل فرد في الامة مجند لمعركة المصير : الفلاح في حقله ، العامل في مصنعه ، ....

- بعد لفظ المنادى . يا علي ، حل موعد سفرك .

الفاصلة المنقوطة (؛)

- توضع بين الجمل وتعني ان يقف القارىء عندها وقفة أطول قليلا من سكتة الفاصلة .
- توضع بين جملتين تكون ثانيتهما مسببة عن الأول .

• مثال (لقد غامر بماله كله في مشروعات لم يخطط لها ؛ فتبدد هذا المال).

- ان توضع بين جملتين تكون ثانيتهما سببا للأول .

• مثال (لم ايحقق ما كان يطمح فيه من درجات عالية ؛ لانه لم يتأن في الاجابة).

- ان توضع بين جمل طويلة ، يتألف من مجموعها كلام تام الفائدة ، فيكون الغرض من وضعها امكان التنفس بين الجمل ، وتجنب الخلط بينها بسبب تباعدها .

النقطة (.) وتسمى ايضا الوقفة

- توضع بعد نهاية الجملة التي تم معناها واستوفت كل مقوماتها ، بحيث تلاحظ ان الجملة التالية تطرق معنى جديدا غير ما عرضت في الجملة السابقة .

النقطتان (:)

تستعملان في سياق التوضيح والتبيين .

- توضعان بين لفظ القول والكلام المقول أو ما يشبهها في المعنى . مثال(قيل لإياس بن معاوية: ما فيك....
- توضعان بين الشيء وأنواعه وأقسامه . مثال (انواع الكلام : حرف وفعل واسم) .
- قبل الكلام الذي يعرض لتوضيح ما سبقه . مثال (التوعية المرورية جليلة الفوائد : ....
- قبل الامثلة التي تساق لتوضيح قاعدة أو حكم . في جسم الانسان بعض المعادن : كالحديد ....

الشرطة (–)

• – توضع بين العدد رقما او لفظا وبين المعدود . مثال (للكلام شروط اربعة لا يسلم المتكلم من الزلل الا بها

• اولا –

• ثانيا –

- بين ركني الجملة اذا طال الركن الاول ؛ بأن توالت فيه جمل كثيرة ، عن طريق الوصف، أو الاضافة أو نحو ذلك، بحيث تكون هذه الجمل فاصلا طويلا بين هذا الركن والركن الثاني الذي يتم به معنى الجملة . مثل الفصل بين المبتدأ والخبر، الفصل بين الشرط والجواب .

علامة الاستفهام (؟)

• توضع بعد الجملة الاستفهامية ، سواء أكانت أداة الاستفهام مذكورة في الجملة أم محذوفة (تسمع الكلام المكذوب عني وتسكت ؟ اصلها . أتسمع).

علامة التأثير أو التعجب (!)

• توضع بين الجمل التي تعبر عن الانفعالات النفسية كالتعجب والفرح والحزن والدعاء والدهشة والاستغاثة .

علامة التنصيص (« »)

• يوضع بين قوسيها المزدوجين كل ما ينقله الكاتب من كلام غيره ملتزما نصه وما فيه من علامات الترقيم .

علامة الحذف (..........)

• – توضع عندما ينقل الكاتب جملة أو فقرة أو أكثر من كلام غيره للاستشهاد بها في تقرير او في فكرة ، فقد يجد الموقف يشير بالاكتفاء ببعض الكلام المنقول والاستغناء عن بعضه مما لا يتصل اتصالا وثيقا بحاجة الكاتب، فيحذف ما يستغني عنه ، ويكتب بدل المحذوف علامة الحذف وهي ....، كذلك تستخدم عندما يكون المحذوف كلاما قبيحا او معيبا او لا يريد الكاتب ذكره.

القوسان (   )

• يوضعان وسط الكلام. ويكتب بينهما الالفاظ التي ليست من الاركان الاساسية لهذا الكلام، مثل الجمل الاعتراضية، التفسير، الفاظ الاحتراس.

العدد والمعدود

- الاعداد من ثلاثة الى تسعة تكون على عكس المعدود مفردة ومركبة او معطوفا عليها .
- العدد عشرة يكون على عكس المعدود ان كان مفردا وعلى وفقه ان كان مركبا .
- العددان واحد واثنان يوافقان المعدود مفردين او مركبين او معطوفا عليهما .

- مائة والف والفاظ العقود تلزم صورة واحدة ، سواء اكان المعدود مذكرا ام مؤنثا .

- الاعداد من ١-٩ تكتب كتابة : تسعة رجال
- الاعداد من عشرة فأكثر تكتب أرقاما: ١٧ طالبا
- العقود تكتب ارقاما: ٢٠، ٧٠، ١٥٠ مليونا

- اذا اريد تعريف عدد بال ، فان كان مضافا ادخلت ال على المضاف اليه ، وان كان مركبا ادخلت على صدره، وان كان معطوفا عليه ادخلت على الجزأين .

- – يصاغ من العدد اسم على وزن فاعل من الاعداد المفردة من اثنين الى عشرة ليصف ما قبله ويدل على ترتيبه ، ويصاغ مثل ذلك من صدور الاعداد المركبة ومن الاعداد المعطوف عليها من واحد الى تسعة .

قواعد النحو والإملاء

الهمزات :

- مفتوحة - أجاب
- مكسورة – إجابة
- مضمومة – أجيب
- أول الكلمة – تكون همزة وصل (تلفظ ولا تكتب – اجتهد) وتكون همزة قطع (تلفظ وتكتب - أخذ) .
- وسط الكلمة – سأل
- أخر الكلمة – بدأ
- تكتب على الف اذا كان قبلها مفتوحا – يأمر ، شأنه .
- تكتب على واو اذا كان قبلها مضموما – مؤمن ، لؤم .
- تكتب على ياء اذا كان قبلها مكسورا – بئر ، استئناف .
- اذا كان ما قبلها مفتوحا وبعد الف المد او الف التثنية فتكتب هي وهذه الالف الفا عليها مده (مكافآت ، منشآت، ملجآن) .
- اذا كان بعد الهمزة واو المد كتبت الهمزة مفردة ، اذا كان الحرف الذي قبلها لا يوصل بما بعده (بدءوا، يقرءون رءوف.
- الهمزة المتوسطة المكسورة تكتب على ياء مهما كان حركة الحرف الذي قبلها ، ومهما يكن نوع الحرف الذي قبلها أو بعدها (مطمئن ، سئل ، يئن ، عزرائيل) .
- الهمزة في أخر الكلمة:
- قبلها ساكن – مفردة (جزء)
- قبلها حرف علة الفا (جزاء)
- قبلها حرف علة واوا (نشوء)
- قبلها حرف علة ياء (جريء ، يضيء)
- اذا كان الساكن قبلها حرفا صحيحا يفصل بعده كتبت مفردة وبعدها ألف مبدلة من تنوين المنصوب (بدءا، ردءا) .
- اذا كان الساكن قبلها حرفا صحيحا يوصل بما بعده كتبت على نبرة وبعد الف مبدلة من تنوين المنصوب (عبئا ، دفئا) .
- اذا كان الساكن قبلها الفا كتبت مفردة ولا يكتب بعدها الف (هواء ، ضياء ، احياء) .
- اذا كان الساكن قبلها واوا ، كتبت الهمزة منفردة وبعد الألف المبدلة من تنوين المنصوب (سوءا ، هدوءا) .
- اذا كان الساكن قبلها ياء كتبت الهمزة على نبرة وبعدها الالف المبدلة من تنوين المنصوب (شيئا، جريئا) .
- اذا كان ما قبلها متحركا كتبت على حروف يناسب حركة ما قبلها (بدأ ، قرأ، يقرأ ، يلجأ ، نبأ) .

- الالف المتطرفة : الاسماء الاعجمية (سخا، طما، يافا، اميركا) ماعدا (كسرى،موسى،عيسى، بخارى) .
- حذف الالف :

- تحذف الالف من كلمة (ابن) اذا كانت بين علمين أو كناية (علي بن أبي طالب ، عبد الله بن الحسين ، ابو الفضل بن أبي المجد ، الهادي بن زين العابدين) .
- وتبقى اذا وقعت بين اسمين غير علمين (الفلاح ابن الفلاح، عبد الله الثاني ابن الحسين، طارق هو ابن زياد) .

- – لا تحذف الالف اذا كانت جوابا أو نعتا لعلم أو خبر (ابن من يوسف ؟ ابن من يوسف : يوسف ابن يعقوب) .
- – تحذف الالف من البسملة (بسم الله) .
- – لا تحذف في (باسم الوطن او باسم العلي القدير) .
- حذف الواو للتخفيف : (داود ، طاؤس ، هاون) .

أخطاء شائعة



الخطأ	الصواب
أكد على موقفه	أكد موقفه
شرق عمان او غربها	شرقي وغربي
جريدة	صحيفة
صحافي	صحفي
صرح له	اذن له في السفر
اقمار صناعية	اصطناعية
التقيت بوزير التربية	التقيت وزير التربية
اثر عليه	اثر فيه
جمادى الثانية	جمادى الآخرة
ربيع الثاني	ربيع الآخرة
قتلوا على بكرة ابيهم	قتلوا عن بكرة أبيهم
جاء احمد ثم جاء محمود	جاء احمد ثم محمود
كان لي بمثابة الاخ	كان لي كالأخ
أجاب على السؤال	أجاب عن السؤال
تجول في عمان	جال في عمان
الحواري	الحارات
نشر حوالي	نشر نحو الف قصة
تخرج من جامعة	تخرج في جامعة
	عضو وعضوة / دكتور ودكتورة / يجوز التذكير والتأنيث
الدور الارضي	الطابق الارضي
زرع شجرة – الزراعة للبذور والحب	غرس شجرة
يكاد لا يسمع	لا يكاد يسمع
السوق المالي	السوق المالية
صادق القرار	اجاز أو أقر القرار
القانون سيء الصيت	القانون سيء السمعة
يعاني من ضغط الدم	يعاني من ارتفاع او انخفاض في ضغط الدم
دهسته	داسته او دعسته
اعتذر عن الحضور	اعتذر عن عدم الحضور
نواياه حسنة	نياته حسنة
سوف يدرس الموضوع	سيدرس الموضوع
كافة المدن	المدن كافة
نفس الوقت	الوقت نفسه
خبر هام	خبر مهم
	اخلاء المكان

الخطأ	الصواب
	اجلاء الجرحى
أدى اليمين القانوني	أدى اليمين القانونية
أجاب على السؤال	أجاب عن السؤال
تلفون	هاتف
مقابلته للرئيس	مقابلته الرئيس
الربع ساعة الاولى	ربع الساعة الاولى
مليون ونصف او ساعة ونصف	مليون ونصف المليون / ساعة ونصف الساعة
لغاية الان	حتى الان
ميزانية	موازنة
البيان التالي	البيان الآتي
مشروعات	مشاريع
لاول مرة	للمرة الاولى
موضوعات	مواضيع
كشف عن الجريمة	كشف الجريمة
يافطات	لافتات
سوريا	سورية
اوربا	اوروبا
أنكلترا	انجلترا
	استعمل قتيلا وجريحا في الاعمال العسكرية والمصابين وفي الحوادث الاخرى
	الحروق تذكر وفق درجتها (اولى ، ثانية ، ثالثة)
اداِن	دان
الدرجة الاعلى	الدرجة العليا
المنطقة الاسفل	المنطقة السفلى
اخصائي	اختصاصي
يتوجب	يجب
كان وصل	كان قد وصل
امس الأول	الأول من أمس
تقول المصادر	تقول مصادر
داهم	دهم
عاموٍد	عمود
لمغادرة	الى مغادرة
أكفياء	أكفاء
جد قاسية	قاسية جدا
السنة القادمة	السنة المقبلة
استلم	تسلم

البحث عبر الانترنت



- تهدف هذه المادة إلى التعريف بكيفية البحث عن المعلومات عبر شبكة الانترنت، وتحديدا محركات البحث، الدليل، مجموعات الاخبار غرف الدردشة والبلوغرز، وتقييم صفحات الويب.
- وتنبع هذه المادة من اعتقادنا بالإمكانات والمعلومات الهائلة التي يختزنها الويب، من المعلومات والمصادر الأولية والمصادر المتخصصة، والسياسية والآراء على شتى اختلافها، والأرقام والإحصاءات المتخصصة والأدلة المتنوعة، والمواقع التعليمية، وغيرها الكثير. لذلك فان من الضروري امتلاك افضل وسائل البحث لتحقيق اكبر فائدة من هذه الإمكانات الهائلة.

ما الذي تبحث عنه بالضبط؟

- ان العثور على ملف، معلومة، او صفحة انترنت، قد يكون امرا سهلا او امرا يستحيل تحقيقه. وهذا الامر يعود في جزء منه الى الحجم الضخم للمعومات المتوفرة على الشبكة، كما اشرنا سابقا، كما يعود الى ان الشبكة ليست مصنفة او مبوبة او مفهرسة بحسب أي ترتيب ابجدي او مفردات قياسية، كما في المكتبات ومراكز التوثيق.
- ففي الويب يعتمد البحث على تخمين الكلمات المناسبة (الكلمات المفتاحية)، التي قد تحتويها الصفحات المراد البحث فيها عن المعلومات المطلوبة، او تخمين المصطلحات والتصنيف التي استخدمت لادراج موضوع البحث تحته.
- وعندما تقوم بما يسمى «البحث في الشبكة» فعمليا لا تكون تبحث في الشبكة ذاتها مباشرة فمن المستحيل البحث في الشبكة، فالشبكة هي مجموع صفحات الويب المخزنة على اجهزة الخوادم العملاقة (السيرفر) الموجودة في شتى انحاء الارض. وجهاز الحاسوب غير قادر على الوصول الى كل هذه الخوادم دفعة واحدة. وانما قدرة جهاز الحاسوب تكمن بالبحث مستخدما «اداة وسيطة» للبحث، من المتوفرة حاليا على الانترنت. وبمعنى ما فان جهاز الحاسوب يستخدم اداة بحث قادرة فقط على الدخول الى معلومات او صفحات متوفرة على الشبكة وليس كل الشبكة.
- وتوفر اداة البحث خاصية الارتباطات التشعبية Hypertext المرتبطة بعناوين URL المواقع او الصفحات. وتقوم انت بالضغط على هذه الروابط لاسترجاع الملفات، الصور، الصوت واكثر، من خلال الخوادم الفردية المنتشرة في العالم.
- وليست هناك أي طريقة حتى الان تتيح للمستخدم تصفح كل الشبكة العالمية، واي موقع او اداة بحث تدعي انها قادرة على الوصول الى كل الشبكة يكون ادعائها زائفا ولا يعكس الواقع.

أنواع أدوات البحث المتوفرة على الشبكة:

محركات البحث Search Engine

- تعتبر محركات البحث Search Engine اكثر الادوات استخداما للوصول والبحث عن المعلومات عبر نسيج الشبكة العالمية، غير ان هذه الادوات تعود على الباحث بمئات بل بالاف النتائج التي قد لا تكون ذات صلة بموضوع البحث، ولذلك فان استخدام محركات البحث بدون استراتيجيات بحث محددة قد تزيد المستخدم جهلا وحيرة اكثر مما تفيد في العثور على المعلومة المطلوبة.

برمجيات محركات البحث

- وتستخدم محركات البحث برامج (العنكبوت Spider) للابحار عبر الشبكة والبحث عن المواقع الجديدة واضافتها للمحرك بروابطها. ولاجل تصنيف المعلومات التي حصل عيها «العنكبوت» تستخدم محركات البحث برنامج «الفهرسة» Index program « او ما يطلق عليه «الكتالوج» وذلك من اجل تصنيف وفهرسة المادة التي تم العثور عليها وترتيبها وفقا للكلمات المفتاحية والمعلومات التي توفرت في الصفحات التي عثر عليها. بعد ذلك يبدأ عمل برنامج محرك البحث search engine program عند كتابة كلمة مفتاحية في مربع البحث search box إذ يأخذ هذا البرنامج الكلمة المفتاحية ويبحث عن صفحات الويب التي تحقق الاستعلام، الذي كونه برنامج المفهرس في قاعدة بيانات الفهرس، ثم يعرض نتيجة البحث المتمثلة بصفحات الويب التي طلبها المستخدم في نافذة المستعرض browser window ويقوم أيضا بعملية الترتيب لهذه الصفحات. وتختلف محركات البحث عن بعضها في أسلوب العمل.

الدليل Directories (البوابات)

- مواقع الدليل مثل «ياهوو Yahoo ». لا تعمل هذه المواقع بشكل الي انها تتم ادارتها من قبل جهد انساني يقوم بتنظيم المعلومات، تبويبا وتصنيفا.
- وتقدم الأدلة للمستخدم طريقة سريعة للبدء بعمليات البحث عن المعلومات بواسطة تفحص المواضيع المصنفة التي يعرضها ، إذ يندرج تحت كل موضوع لائحة من المواضيع الفرعية فيمكن للمستخدم أن يتفحصها تباعا إلى أن يصل إلى المعلومات المطلوبة، وفي حال عدم وجود المعلومات تحت الموضوع الذي اختاره المستخدم، يتراجع ويختار موضوعا رئيسيا آخر ليقوم بالبحث في تفرعاته من جديد.

- وهناك عدد كبير من مثل هذه المواقع على الشبكة سواء بالعربي او بالانكيزي اما اشهرها باللغة الانكليزية بعد موقع ياهو فهو موقع التافيستا وايكزت (Altavista .Excit).

من اين يجب البدء؟

- من المهم البدء في استخدام مختلف ادوات البحث استنادا الى مدى المعرفة بالمعلومة المراد البحث عنها: هل يراد معلومات موسعة؟، هل البحث ينصب على معلومة او عبارة او مصطلح محددة؟ هل ينصب البحث على طيف واسع من المعلومات وضخامة توفره الشبكة؟، متى يجب البحث، هل هناك انهاك بسبب حجم المعلومات المتدفقة او المعلومات غير ذات الصلة بموضوع البحث؟ هل هناك مرادفات او مصطلحات شبيه ومكافئة لما تبحث عنه؟ كل واحدة من هذه الأسئلة يمكن ان تعطيك دليلا او مفتاحا للنقطة التي يجب ان تبدأ منها.

استراتيجيات لعملية بحث اكثر افادة:

- ان البحث عن المعلومات عبر الشبكة يعتبر عملية (Process) تتطلب تقييما لاستراتيجيات البحث المتبعة وعملية تعلم مستمرة لتوصل الى اكبر فائدة من الشبكة في البحث.
- الخطوات الخمس التي ينصح باتباعها في عملية البحث:
- حلل موضوع البحث المراد بدقة وقرر من اين تبدأ:
- من اجل القيام بعملية تحليلية مسبقة للموضوع المراد البحث عنه اطرح هذه الاسئلة على نفسك:

١ – ما هي الكلمات الفريدة، الاسماء المميزة، الاختصارات مثل اختصار اسم صندوق النقد الدولي او البنك الدولي المكن ان يكون موضوع بحثك يتضمنها. قد تشكل هذه منطلق البداية لانها سوف تساعد في تحديد موضوع البحث والانطلاق من نقطة صفر.

٢ – هل بامكانك التفكير في التجمعات، المنظمات، الجمعيات، الجماعات التي قد تكون ذات علاقة بموضوع البحث وتمتلك معلومات عنه على صفحاتها الخاصة. البحث عن هؤلاء يمكن ان يكون «عبارة مقتبسة»، للبحث عن موقعها على الشبكة والتي يمكن ان تتضمن روابط لها صلة بعملية البحث مثل : الصحف، جماعات الدردشة، او معلومات عن الموضوع.

٣ – ما هي الكلمات الاخرى التي يحتمل ان تتضمنها الوثائق على الشبكة. يمكن ان تستخدم هذه الكلمات بربطها ب (و) او بتسبيقها بعلامة زائد دون استخدام فراغ.

٤ – هل أي من الكلمات الواردة في ١ و ٢ و ٣ تنتمي الى عبارة او رابط ، أي هل هي منتظمة في سياق ما او انها كلشيه. ابحث عن هذه كما لو كانت « عبارة مقتبسة»، مثال «مرض معدي، عمل انتقامي».

٥ – بخصوص الكلمات الوادرة في رقم (٤)، هل هناك مرادفات، هل دققت الاستخدام اللغوي والاخطاء النحوية والاملائية او طريقة كتابة مغايرة، او مصطلحات رديفة قد تكون مستخدمة في مواقع اخرى. ربما كان عليك ربط هذه الكلمات الجديدة باضافة (او) ووضع أي مصطلح مشابه داخل قوسين.

٦ – هل فكرت بكلمات غريبة او من غير الممكن ان تكون مستخدمة في الوثائق المراد البحث فيها. من الصعب استخدام كلمات مثل (لا) او استباق أي مصطلح بفراغ.

٧– ما هي المصطلحات الموسعة التي يمكن ان تكون مستخدمة او تغطي الموضوع المراد البحث فيه. عندما تقوم بعملية البحث في الاقسام على الدليل او في محركات البحث او المعطيات حاول استخدام المصطلحات الموسعة مثل «الحياة البرية» خط الفقر» «الفقر المدقع» فان هذه المصطلحات تعطيك نتائج قريبة جدا.

هل يتضمن موضوع البحث:

- كلمات مميزة لها معنى فريد، مثل مجاعة، او سوء تغذية، او هل تبحث في موضوعك باستخدام كلمات شائعة لا تمتلك غيرها ولسوف تعطيك نتائج خارج الموضوع المراد مثل « النظام خرج عن السيطرة بفعل الاضطراب»، وهي عبارة مستخدمة بكثرة في موضوعات شتى، او كلمة قد تشير الى عدة معاني في نفس الوقت او الى مجموعة، صخور، اشخاص، مثل كلمة اسطورة التي قد تكون شائعة الاستخدام في مجالات شتى. حاول ان تستخدم نظرة اوسع على موضوعات اشمل مثل : ثقافة الفقر، البطالة، ثقافة العيب.
- حدد طيف واسع من المصطلحات او الموضوعات المشتركة: سوء التغذية. هل تريد دراسات حديثة، قصص اخبارية، او كيف يؤثر الفقر على تغذية الاطفال.
- هل تمتلك مرادفات او مصطلحات بديلة او تهجئة مغايرة للكلمات المستخدمة، مثل استخدام الهمزة في اللغة العربية، او نهايات الكلمات. في المصطلحات حاول البحث في بدائل لكلمة فقر مثلا في كلمات ك «ذوي الدخل المحدود» «الطبقات او الفئات الاقل حظا» او «الاسر المستورة». وغيرها، وكل هذه قد تعطيك نتائج قريبة للموضوع المراد البحث فيه. لان بعض المواقع تستخدم مصطلحات مختلفة فالمواقع الحكومية تميل عادة الى استخدام مصطلحات اقل وقعا من تلك التي تستخدمها جهات مستقلة.

- ابحث عن نقطة البدء في عملية استخدام ادوات البحث.
- تعلم كلما قضيت وقتا في البحث وحاولت التنويع او تغيير مقاربتك كلما مضيت في عملية البحث:لا تفترض بانك توصلت الى ما تريد، انظر الى نتائج بحثك، وفكر ماذا يمكن ان تضيف لتصل الى اكثر مما توصلت اليه.
- لا تتوقف او تعجل أي من الاستراتيجيات التي اتبعتها لم تصل لنتيجة توقفك عن البحث.
- اذهب من محرك بحث الى دليل ثم عد مرة اخرى، حاول العثور على دليل متخصص بموضوعك وأبحث عن معطيات وبحث فيها.
- ارجع دوما للإستراتيجيات الأكثر نفعا لك.
- جدول يحدد حاجات بحثك بالمقارنة مع امكانات محركات البحث:
- ان الغرض من التفكير في الموضوع المراد البحث عنه قبل البدء بعملية البحث هو تحديد شروط البحث و ماهي الوجهة التي سوف تسلكها للحصول على المعلومة المطلوبة بنجاح. والجدول التالي تجد فيه (على اليمين) الوجهة التي يمكن ان تسلكها في سؤالك البحثي، استخدمها لتحديد الوجهة التي تريد وتناسب بحثك، اما على اليسار فتجد وصفا لادوات البحث مصممة بغرض دعم أي من احتياجاتك البحثية.

وجهة تحديد البحث	اداة البحث المناسبة لتعلمها واستخدامها
هل تبحث عن اسم علم او عبارة مميزة. اسم منظمة او جمعية ما. اسم علم او شخصية ما. مجموعة من الكلمات المترابطة ذات الصلة بموضوع بحثك. هل يمكن التفكير مثلا باسم منظمة ما، اسم علم، او عبارة للبحث عنها، فربما تلقي ضوءا على الصفحات المراد البحث فيها. هل بعض مصطلحاتك هي كلمات عامة، تحتمل عدة معاني وتندرج في نفس السياق. الاطفال مرتبطين بالتلفزيون والعنف. الموضوعية احد شروط الاخلاقيات الصحافية. هل حصلت على نتائج كثيرة خلال عملية البحث غير مرغوب بها. بحثك عن الفقر اظهر لك نتائج عن كتب او رويات تتحدث عن الفقر بوصفه حالة رومانسية او عن مرض فقر الدم او الفقر الثقافي وغير ذلك، بينما انت تريد دراسات وارقام محددة حول واقع الفقر في الاردن. لذلك فأنت تريد استثناء مثل هذه النتائج او المؤسسات التي ظهرت خلال عملية الحث وغيرها. هل تتضمن عملية البحث مرادفات او كتابة مغايرة (تهجئة مختلفة)، او كتابة اجنبية. المرأة الانثى والشبكات. women, females with networking هل تبحث عن موقع و / او وثائق اولية حول المراد البحث عنه؟ موقع وزارة الشؤون الاجتماعية. وثائق حول جيوب الفقر في الاردن. هل تبحث عن معلومات لها نهايات متشابهة؟ Feminism, feminist, feminine Children, child	«عبارة البحث» هي اداة تحتاجها في أي عملية بحث. تتطلب دوما شروط مناسبة لعملية ادخالها. ضع العبارة داخل هلالين. امثلة: «الفقر المدقع». «صندوق المعونة الوطنية». «باسم السالم». استخدام المنطق البوولي و حرف العطف «و» او and قد يكون مفيدا. مثال : الاطفال والتلفزيون والعنف. الموضوعية و الصحافة والاخلاقيات. في الانكليزية يمكنك استخدام كلمة and. استخدام المنطق البوولي او الحرف «او» للاستثناء قد يكون مفيدا «الفقر او الدخل المحدود» البطالة او سوق العمل» «المراة او الانثى». وفي اللغة الإنكليزية يمكن استخدام كلمة and not مثال poverty in Jordan» and not “books». او استثني النتائج غير المرغوب بها باستخدام الشرطة مثال «poverty» employment - “minister of labor استخدم في عملية البحث باللغة الإنكليزية الحرف (or). مثل woman or females» and networking. على محرك البحث غوغل فان تكبير الحرف (OR) لا يحتاج لاضافة كلمة «and». في كل الويب استخدم علامات الحصر وتخلى عن or. حدد بدقة كلمات البحث «وزارة الشؤون الاجتماعية». «نظام المعلومات الوطني»«جيوب الفقر في الاردن». شذب الكلمات. *Child

آليات البحث في محركات البحث

- تستخدم محركات البحث في بحثها عن مواقع الويب ما يدعى الكلمات المفتاحية Keywords التي يمكن ان تكون عبارة، وتستخدم آليات البحث عادة بعض المعاملات Operators مع هذه الكلمات المفتاحية، لتوفير خيارات إضافية لعملية البحث، وهناك طريقتين للبحث في محركات البحث هما:

البحث البسيط SIMPLE SEARCH

- وهذا النوع من أنواع البحث يقوم به معظم الناس وخاصة المبتدئين مع استخدام الإنترنت وهم من يجهلون تقنيات البحث المتقدم. وهو يكون عن طريق وضع كلمة بدون أي علامات أو شارات ثم البحث عنها ولكننا سنجد النتيجة العديد من النتائج العلائقية والروابط المتينة.

البحث المتقدم ADVANCED SEARCH

- تزيد خصائص البحث المتقدمة التي يوفرها الكثير من محركات البحث إمكان العثور على المعلومات، كما إنها طريقة فعالة للبحث عن معلومات محددة إذ تتيح للمستخدمين إمكان البحث عن عدة كلمات مفتاحية معاً.

تقييم وتدقيق محتوى الصفحات ونتائج البحث:

ان تقييم صفحات الويب تحتاج منك الى اكتساب مهارتين يجب استخدامها في ان واحد.

١ – قم بتدريب عينيك واصابعك على سلسلة من التقنيات للمساعدة في سرعة التوصل الى النتائج المرجوة وماذا تحتاج من صفحة ما.

٢ – قم بتدريبك دماغك على التفكير النقدي، وحتى بشكل شكي، عبر توجيه عدة اسئلة سوف تساعدك على تقرير مدى الثقة في صفحة ويب ما.

تقييم محتوى المواقع الإلكترونية

- تتبع ووثق عملية البحث التي تقوم بها . أدرج المصادر التي حصلت عليها في قائمة وكذلك اكتب تاريخ التدقيق . حدد المصدر وطريقة الوصول إليه والتاريخ . لعملية تقييم دقيقة لمحتوى موقع على الشبكة ، كن شكاكا، وفكر بعقل نقدي في كل صفحة تجدها. أنظر الى الصفحة وسجل الاسئلة التالية:

اولا – عنوان الموقع:

- ما هو نوع النطاق الذي يندرج ضمنه الموقع: gov. gov/mail . net. Net/org. Edu. com. org. اخرى.
- هل الموقع منشور بواسطة جهة ذات معنى؟ وهل عنوانه الـ URL يتضمن اسم هذه الجهة.
- ما هو اسم الجهة الناشرة او نطاقها؟

ثانيا – انظر الى جانب الصفحة (قائمة التصفح) واجب على الاسئلة التالية:

- من حرر الصفحة؟ هل هناك ايميل اسم؟
- التاريخ والتجديد.
- موثوقية المواضيع، ادلة.

ثالثا: انظر الى هذه المؤشرات:

- هل المصادر موثقة بشكل جيد.
- هل هي كافية؟ اذا كانت معلومات او وثائق من الصنف الثاني، هل ادخل عليها تعديلات او تم تزويرها؟
- روابط على مواقع اخرى؟
- وجهات نظر اخرى؟

رابعا – ماذا تقول هذه الاسئلة؟

- كم عدد الروابط، قليل كثير، رأيك؟ ابحث في غوغل.
- هل الصفحة مدرجة بشكل ملائم في الدليل؟
- ابحث عن الناشر في غوغول.
- هل كل هذه المعلومات مضافة في الموقع؟
- لاي غرض تم وضع او نشر الموقع على الشبكة؟: معلومات، معطيات، اقناع، تجارة، اغراء ..الخ.

– هل هناك أي احتمال لعدم الجدية او هل الموقع ساخر؟

- الحد الادنى: هل صفحة الويب التي عثرت عليها تعادل او هي افضل مما عثرت عليه في المقالات الصحفية او في أي منشورات اخرى ليست مجانية؟
- اخيرا راقب وقيم مسار تقدمك.
- مواقع ومصادر صحفية على الانترنت
- جماعات تستلزم عضوية
- معظم هذه الجماعات عبارة عن منظمات تستلزم عضوية تقدم تدريبا في مؤتمرات تعقد بانتظام ولديها موارد على مواقعها على شبكة الإنترنت.

BUSINESS: National Center for Business Reporting

/http://www.businessjournalism.org

CONFLICT: Center for War, Peace, and the News Media

/http://www.bu.edu/globalbeat

ENVIRONMENT: International Federation of Environmental Journalists

/http://www.ifej.org

INVESTIGATIVE: International Consortium of Investigative Journalists

/http://www.publicintegrity.org/icij

SCIENCE: International Science Writers Association

/http://internationalsciencewriters.org

SPORTS: Associated Press Sports Editors

/http://apse.dallasnews.com

التدريب الصحفي

- IWPR
- www.arij.net
- الشبكة العربية للصحفيين الاستقصائيين
- American Press Institute
- /http://www.americanpressinstitute.org
- مركز تدريب لصحفيي الصحافة المطبوعة مقره الولايات المتحدة. ويوفر الموقع وصلات مفيدة على موقع
- .The Journalist's Toolbox
- European Journalism Centre
- /http://www.ejc.nl
- مركز تدريب مقره هولندا، لديه معلومات خلفية وموارد عن وسائل الإعلام الأوروبية
- IFRA Newsplex
- http://www.newsplex.org/home.shtml
- مراكز تدريب في الولايات المتحدة وألمانيا
- Independent Journalism Foundation
- /http://www.ijf-cij.org
- مؤسسة تدعم الصحافة الحرة من أربعة مراكز إقليمية
- International Center for Journalists
- http://www.icfj.org
- مركز تدريب مقره في الولايات المتحدة ولديه أيضا وصلات من جميع أنحاء العالم لتدريب الصحفيين

وللإعلان عن فرص دراسة في شبكته العالمية

- http:// www.ijnet.org
- Internews
- /http://www.internews.org
- مجموعة أمريكية غير هادفة للربح تقدم تدريبا للصحفيين في جميع أنحاء العالم
- Institute for the Advancement of Journalism
- /http://www.iaj.org.za
- معهد تدريب للإعلام مقره في جنوب أفريقيا
- Institute for War and Peace Reporting
- http://www.iwpr.net
- تقارير خاصة من كل منطقة على حدة بلغات متعددة يصدرها هذا المعهد الذي مقر لندن
- John S. Knight Fellowships
- http://knight.stanford.edu/program/index.html
- يقدم زمالات دراسية مهنية لمدة سنة لدراسة الصحافة في جامعة ستانفورد للصحفيين المتميزين في منتصف حياتهم المهنية
- (Journalismtraining.org (Society of Professional Journalists
- http://www.journalismtraining.org/action/home
- منظمة توفر موقعا مركزيا للصحفيين الذين يبحثون عن معلومات جول تطوير الموارد البشرية. وأهم ما فيه قاعدة بيانات يمكن البحث فيها عن برامج تدريب محلية وإقليمية وقومية في مجال الصحافة
- No Train-No Gain
- /http://www.notrain-nogain.org
- محررو التدريب في الصحف يتبادلون الأفكار والتمارين على هذا الموقع.
- The Poynter Institute
- /http://www.poynter.org
- كلية صحافة، مقرها الولايات المتحدة. ويقدم موقعها على شبكة الإنترنت موارد وخلفيات قصص صحفية والعديد من الوصلات.

حرية التعبير

- Article 19
- /http://www.article19.org
- جماعة دولية غير هادفة للربح تدعم حرية التعبير والتدفق للمعلومات في جميع أنحاء العالم
- Canadian Journalists for Free Expression
- /http://www.cjfe.org
- جماعة غير حكومية تدافع عن حقوق الصحفيين في جميع أنحاء العالم
- Freedom Forum
- /http://www.freedomforum.org

- منفذ معلومات يعالج بصورة أساسية القضايا المتعلقة بالتعديل الأول للدستور وحرية المعلومات
- Inter American Press Association
- /http://www.sipiapa.org
- رابطة تدعم الصحافة الحرة في نصف الكرة الغربي
- Journalists for Human Rights
- /http://www.jhr.ca
- منظمة مقرها كندا غير هادفة للربح تركز على تقديم التقارير الصحفية في أفريقيا
- The Reporters Committee for Freedom of the Press
- /http://www.rcfp.org
- منظمة غير هادفة للربح مخصصة لتقديم مساعدة قانونية دون مقابل للصحفيين
- Reporters Without Borders
- /http://www.rsf.org
- منظمة دولية للصحافة الحرة، مقرها باريس.مواردها متوفرة باللغات الإنجليزية والفرنسية والأسبانية
- World Press Freedom Committee
- /http://www.wpfc.org
- مجموعة دولية شاملة تدافع عن الصحافة الحرة وتعززها

قواعد أخلاق

American Society of Newspaper Editors

ASNE Statement of Principles. Reston, VA: American Society of Newspaper Editors, 2002. http://www.asne.org/kiosk/archive/principl.htm

Radio-Television News Directors Association

Code of Ethics and Professional Conduct. Washington, DC: Radio-Television News

Directors Association, 2000. http://www.rtnda.org/ethics/coe.shtml

Society of Professional Journalists

.SPJ Code of Ethics. Indianapolis, IN: Society of Professional Journalists, 1996

http://spj.org/ethics.asp

International Center for Journalists

.Code of Ethics (by country and region). Washington, DC

English version: http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics

تشريعات الاعلام واخلاقياته



قاعدة عامة: «لا يعتبر جهل القانون عذرا لمن يرتكب أي جرم». (المادة ٨٥ من قانون العقوبات رقم ١٦ لسنة ١٩٦٠).

الثقافة القانونية مهمة للصحفي لأنها:

- الثقافة القانونية مهمة للصحفي لأنها:
- تعرفك بحقوقك، فتستطيع ممارستها الى الحد الأقصى.
- عدم تجاوز حقك والتعدي على حقوق الآخرين.
- تساعدك على توجيه اسئلة دقيقة.
- في ظل ضغط العمل والحاجة الى اتخاذ قرارات سريعة من الصعوبة استشارة القانونيين في كل صغيرة وكبيرة وفي أي وقت.
- تساعدك على إبداء رأي.
- معرفة حقوقك هي أول وسائل دفاعك إذا تم اتهامك.
- هناك عدة قوانين في الاردن لها علاقة بالصحافة والاعلام اهمها قانون المطبوعات والنشر، وقانون نقابة الصحفيين، وقانون حماية أسرار ووثائق الدولة، وقانون العقوبات، وقانون محكمة امن الدولة وبعض المواد الأقل أهمية في قوانين أخرى.
- وهناك مواد تشكل ضمانات للصحافي في عمله منها:
- حق الحصول على المعلومات.
- سرية مصادر المعلومات: تنص المادة ٦ من قانون المطبوعات على «حق المطبوعة الدورية والصحفي في إبقاء مصادر المعلومات والأخبار التي تم الحصول عليها سرية». كذلك يضمن قانون نقابة الصحفيين هذا الحق « يلتزم الصحفي بالمحافظة على سرية مصادر معلوماته، كما يلتزم بالتحقق من صحة المعلومات والأخبار قبل نشرها».
- نشر ما يجري في جلسات مجلس الأمة (النواب والأعيان) واللجان.
- نشر ما يجري في المحاكمات العلنية، وجلسات النطق بالأحكام. لاحظ أن إباحة النشر لا تمتد إلى مرحلة ما قبل المحاكمة كالتحقيقات التي تجريها النيابة العامة إلا إذا أذنت بالنشر.
- حق النقد (النقد المباح) والطعن في اعمال الموظف العام او من في حكمه.
- محظورات: من المهم تذكر عدد من المواد القانونية التي يعاقب على مخالفتها ومنها:

– المادة ٣٧ من قانون المطبوعات والنشر: تعامل المادة الصحفية المقتبسة أو المتضمنة معاملة المادة المؤلفة أو الأصيلة.

– المادة ٢٧٣ من قانون العقوبات: من ثبتت جرأته على إطالة اللسان علنا على أرباب الشرائع من الأنبياء يحبس من سنة إلى ثلاث سنوات

– المادة ٢٧٨ عقوبات: يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على ثلاثة اشهر أو بغرامة لا تزيد على عشرين ديناراً كل من:

١– نشر شيئا مطبوعاً أو مخطوطاً أو صورة أو رسماً أو رمزاً من شأنه أن يؤدي إلى إهانة الشعور الديني لأشخاص آخرين أو إلى إهانة معتقدهم الديني، أو

٢– تفوه في مكان عام وعلى مسمع من شخص آخر بكلمة أو بصوت من شأنه أن يؤدي إلى إهانة الشعور أو المعتقد الديني لذلك الشخص الآخر.

- والمادتان السابقتان مكررتان في قانون المطبوعات ايضاً في المادة ٣٨ وعقوبة مخالفتهما غرامة من ١٠ إلى ٢٠ الف دينار.

التوقيف

- لا يجوز التوقيف في القضايا المرتكبة خلافا لقانون المطبوعات والنشر، لأن العقوبات به هي الغرامة. لكن لا يمنع ذلك من التوقيف إذا تمت المحاكمة خلاف القوانين الأخرى كقانون العقوبات أو أمام محاكم اخرى، كمحكمة أمن الدولة.
- من القوانين الخطير مخالفتها قانون حماية أسرار ووثائق الدولة. وحسب هذا القانون تصنف أسرار ووثائق الدولة بدرجة: سري للغاية، سري، محدود. وقد تصل عقوبة نشر اية وثيقة مصنفة الى السجن ويحاكم الصحفي أمام محكمة امن الدولة.
- وهناك عدة مواد في قانون العقوبات على الصحافي تذكرها لأن مخالفتها تعني أن تتم محاكمته أمام محكمة امن الدولة ومنها:

- المادة ١٥٠: كل كتابة وكل خطاب أو عمل يقصد منه أو ينتج عنه إثارة النعرات المذهبية أو العنصرية أو الحض على النزاع بين الطوائف ومختلف عناصر الآمة ويعاقب عليه بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة لا تزيد على خمسمائة دينارا.

- المادة ١١٨ :»يعاقب بالاعتقال المؤقت مدة لا تقل عن خمس سنوات من اقدم على اعمال او كتابات او خطب لم تجزها الحكومة فعرض المملكة لخطر أعمال عدائية او عكر صلاتها بدولة أجنبية او عرّض الأردنيين لاعمال ثأرية تقع عليهم او على اموالهم».

- وسبق ان تم اتهام رئيس تحرير اسبوعية «المجد» الزميل فهد الريماوي لمخالفته هذه المادة وحوكم أمام محكمة الجنايات الكبرى عندما اتهم بتعكير صلات الاردن مع البحرين، وبعد حوالي ٣٠ جلسة حكم بعدم المسؤولية.

- المادة ١٣٦: كل من طبع او نشر بيانا او منشورا لجمعية غير مشروعة او لمنفعتها او صادرة منها يعاقب بالحبس مدة لا تزيد عن ستة اشهر او بغرامة لا تزيد عن خمسين دينارا.

- الذم والقدح: تعرف المادة ١٨٨ - ١ (عقوبات) الذم بأنه : هو إسناد مادة معينة إلى شخص - ولو في معرض الشك والاستفهام - من شأنها أن تنال من شرفه وكرامته أو تعرضه إلى بُغض الناس واحتقارهم، سواء كانت تلك المادة جريمة تستلزم العقاب أم لا. أما القدح: هو الاعتداء على كرامة الغير أو شرفه أو اعتباره - ولو في معرض الشك والاستفهام - من دون بيان مادة معينة.تنظم المواد ١٨٨-١٩٩ من قانون العقوبات جرائم الذم والقدح، والعقاب عليها، والاستثناءات الواردة عليها.

- ويستثنى من العقاب إذا كان فعل الذم والقدح المرتكب بواسطة النشر موجهاً إلى الموظف العام بشرط أن يكون من عراه متعلقاً بواجبات وظيفة ذلك الموظف أو يكون جريمة تستلزم العقاب قانوناً. وإذا كان الذم يتعلق بواجبات الوظيفة فقط وثبتت صحته فيبرأ الذام (المادة ١٩٢).

- وبموجب المادة ١٩٨ يعتبر النشر مشروعاً إذا كان موضوع الذم أو القدح قد نشر من قبل الحكومة أو مجلس الأمة أو في مستند أو محضر رسمي، أو نشر أثناء إجراءات قضائية من قبل شخص اشترك في تلك الإجراءات كقاض أو محام أو شاهد أو فريق في الدعوى، أو أي أمر قيل أو جرى أو أذيع في مجلس الأمة، أو ابرز أثناء إجراءات قضائية متخذة أمام أية محكمة بشرط أن لا تكون المحكمة قد حظرت نشر ما ذكر أو المحاكمة التي تمت فيها تلك الإجراءات تمت بصورة سرية كمحاكمات الأحداث حيث لا يجوز نشر إسم أو صورة الحدث (غرامة المخالف ٥-٢٥ ديناراً).

- عدم ذكر الإسم: يعمد بعض الصحفيين إلى التعمية وعدم ذكر الإسم أو نشر الأحرف الاولى منه لكن إذا تعرف عدد من الناس عليه يكون الأمر كذكر الإسم كاملاً، وهذا ما قضت به محكمة التمييز الأردنية حيث جاء أيضاً بقرارها ما يلي :» إذا لم يتم ذكر اسم المعتدى عليه بجرائم الذم و القدح عند ارتكاب هذه الجرائم صراحة أو كانت الاسنادات الواقعة مبهمة ولكنه كانت قرائن لا يبقى معها تردد في نسبة تلك الاسنادات إلى المعتدى عليه وفي تعيين ماهيتها وجب عندئذ ان ينظر إلى مرتكب فعل الذم كأنه ذكر اسم المعتدي صراحة».

- وفي حكم أخر قضت محكمة البداية بأنه :» إذا تناول الخبر الصفة الوظيفية للمشتكي والدائرة التي يعمل بها فيكون المشتكي هو المقصود بما نشرته الصحيفة حتى لو لم يذكر اسمه صراحة مما يجعل الكاتب مسؤولاً عن جرم القدح خلافاً للمادة ١٨٨ /٢ من قانون العقوبات كما ان فعله يستوجب التعويض «.

- النقد المباح: أوضحت محكمة البداية في أحد أحكامها مفهوم النقد المباح وجاء فيه :»والنقد المباح هو فعل ليس فيه قذف ولا سب ولا إهانة أي ليس ماساً بشرف الغير أو اعتباره أو سمعته وإنما هو نعي على تصرفه أو عمله بغير قصد المساس بشخصيته من جهة شرفه واعتباره فالتفرقة بين الشخص وبين تصرفاته هي التي يعين دائرة العدوان المعاقب عليها ودائرة النقد الذي لا جريمة فيه. القانون يحمي شرف الشخص واعتباره حماية عامة وسلبية ولكن لا يحمي التصرفات لان تصرفات المرء هي الرصيد الذي يتكون منه سمعته في باب الموهبة والجدارة وكل ما يمس هذه السمعة ليس إلا عائقاً في سبيل المجد وجرحاً يصيب الكبرياء. وإنما إذا كان النقد للتصرفات وسيلة مقصودة للمساس بشرف الشخص او الزراية به وتحقيره فأنه لا يكون نقداً بل سباً او قذفاً او إهانة. .. لذلك قالوا أن النقد لا يكون مباحاً إلا إذا كان بسلامه نية أي خالياً من قصد التشهير والتحقير إلا انه حين يخلو منهما يكون من النتائج الطبيعية للعيش في مجتمع حر تلك النتائج التي يجب ان يحتكم لها كل راغب في التقدير العام او متطلع إلى كريم المنزلة او حسن الأحدوثة».

- وجاء في قرار لمحكمة بداية جزاء عمان :»وحيث ان النقد هو تقييم امر او عمل معين لبيان مزاياه وعيوبه وحيث ان النقد وفق هذا التعريف يعتبر تطبيقا لحرية الرأي او صورة لها، ولا شك في اهميته البالغة بالنسبة للفرد والمجتمع على السواء فهو يؤدي الى التطور نحو الافضل وذلك عن طريق اكتشاف العيوب القائمة والعمل على تفاديها وتمكين الافراد من اقتراح ما هو افضل لمصلحة المجتمع وبالتالي فانه يعد من احد ادوار الصحافة التي تؤدي رسالة اجتماعية على درجة كبيرة من الاهمية ويعتبر سببا للاباحة طالما انه قد التزم بالحدود المرسومة لحق النقد. كما تجد المحكمة ان حق النقد يتطلب لقيامه توافر خمسة شروط وهي:

اولا: يجب ان يرد النقد على واقعة ثابتة ومعلومة للجمهور.

ثانيا: ان يستند النقد الى الواقعة الثابتة وينحصر فيها.

ثالثا: ان تكون الواقعة محل النقد ذات اهمية اجتماعية.

رابعا: ان يستعمل الناقد عبارات ملائمة في الحكم او التعليق على الواقعة.

خامسا: ان يكون الناقد حسن النية».

- ولكي يستلزم الذم العقاب يشترط فيه أن يقع على عدة صور للعلانية (المادة ٧٣ من قانون العقوبات) ومنها المرتكب بواسطة الصحف اليومية أو الموقوتة وبأي نوع من المطبوعات ووسائط النشر كالانترنت أو الإذاعة أو التلفزيون.
- يتضمن قانون انتهاك حرمة المحاكم رقم ٩ لسنة ٩٥٩١ عدة مواد (المواد ١١ حتى ٥١) تعاقب بالحبس او الغرامة او بكلتا العقوبتين على كل من نشر أمورا من شأنها التأثير في القضاة او رجال النيابة او الشهود في الرأي العام، او نشر ما يجري في الجلسات السرية، او الدعاوى المتعلقة بالذم والقدح، او دعاوى الطلاق والهجر او بشأن تحقيق جزائي قائما.

أخلاقيات المهنة الصحفية

- منذ قسم ابقراط، و«شيخ الكار» في اسواق دمشق وبغداد القديمة، وحتى في المافيات تلعب المواثيق دورا مهما في حماية المهن.
- ويعتقد واضعو هذه الأخلاقيات أنه إذا تبنت وسائل الإعلام هذه المبادئ وطبقتها فستزداد مصداقية الصحافة وزيادة ثقة الجمهور بما يعني في النهاية زيادة مبيعاتها واشتراكاتها وإعلاناتها.
- ينص إعلان اليونسكو ١٩٧٨ على ضرورة: نشر وجهات نظر أولئك الذين قد يرون أن المعلومات التي نشرت أو أذيعت على الملأ بشأنهم قد ألحقت ضررا جسيما (المادة ٥).كما ينبغي للمنظمات المهنية وللأشخاص الذين يشتركون في توفير التدريب المهني للصحفيين، إيلاء أهمية خاصة للمبادئ الواردة في هذا الإعلان لدي وضعهم قواعد السلوك المهني الخاصة بهم وضمان تطبيقها (المادة ٨).
- في العمل الإعلامي هناك عدة مواثيق شرف أو أدلة للسلوك المهني:
- دولية: ميثاق شرف الفدرالية الدولية للصحفيين.
- اقليمية: ميثاق شرق الصحفي العربي الصادر عن اتحاد الصحفيين العرب.
- وطنية: ميثاق شرف الصحفيين الأردنيين.
- داخلية: وهي مواثيق أو ادلة تضعها المؤسسة الإعلامية للعاملين فيها.
- ما يجمع هذه المواثيق هو:

١ – نابعة من الإعلاميين انفسهم بدون ضغوطات.

٢– ليس لها قوة قانونية انما اخلاقية.

هناك قواسم مشتركة بين مواثيق شرف أو أدلة للسلوك المهني تقع ضمن المسؤولية الإجتماعية للصحفي والإعلامي:

الحقيقة: الحقيقة لا يحتكرها أحد، لكن كل واحد قد يمتلك جزءا منها.

الدقة والموضوعية والنزاهة.

فصل الخبر عن الرأي.

احترام الرأي الآخر: وهو غالبا رأي المعارضة والأقلية، وعلى الصحافة ضمان تعددية الآراء لايجاد سوق حر للأفكار.

تضارب المصالح: ويقع تحتها الهدايا وتقبل أو البحث عن مصالح شخصية.

الإعلانات: يجب فصل التحرير عن تأثير الإعلانات. (المبالغة في ايجابيات الشركات المعلنة، وتقليل سلبياتها، أو عدم نشر الحقيقة مراعاة للمصالح الإعلانية. (هناك ابتزاز إعلاني احيانا).

الحفاظ على سرية مصادر المعلومات.

حق الرد.

ولمزيد من الضمانات عمدت بعض المؤسسات الإعلامية الى تعيين مراقب للأخبار يقوم من تلقاء نفسه أو بناء على شكوى بفحص إن كانت المادة الإعلامية تتوافق مع معايير السلوك المهني.

قضايا صحفية (٢٠٠٠–٢٠٠٦)

رفعت في الأعوام ٢٠٠٠–٢٠٠٦ حوالي ١١٤ قضية على الصحفيين منها ٩٢ على الأسبوعيات و٢٢ على اليوميات، ومنها ٨٠ قضية خلاف المواد: ٤و٥و٧ من قانون المطبوعات وهي المواد التي تتحدث عن أخلاقيات المهنة.

نوع القضية	عدد القضايا	براءة	إدانة
مخالفة المادة ٧	٧٢	٤٣	٢٩
مخافة المادة ٥	٦٧	٣٧	٣٠
مخالفة المادة ٤	١٢	٧	٥

- المادة ٤: تمارس الصحافة مهمتها بحرية في تقديم الأخبار والمعلومات والتعليقات وتسهم في نشر الفكر والثقافة والعلوم في حدود القانون وفي إطار الحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة واحترام حرية الحياة الخاصة للآخرين وحرمتها.
- المادة ٥: على المطبوعات احترام الحقيقة والامتناع عن نشر ما يتعارض مع مبادئ الحرية والمسؤولية الوطنية وحقوق الإنسان وقيم الأمة العربية والإسلامية.
- المادة ٧: آداب مهنة الصحافة وأخلاقياتها ملزمة للصحفي، وتشمل:
- أ. احترام الحريات العامة للآخرين وحفظ حقوقهم وعدم المس بحرمة حياتهم الخاصة.
- ب. اعتبار حرية الفكر والرأي والتعبير والاطلاع حقا للصحافة والمواطن على السواء.
- ج. التوازن والموضوعية والنزاهة في عرض المادة الصحفية.
- د. الامتناع عن نشر كل ما من شأنه أن يثير العنف أو يدعو إلى إثارة الفرقة بين المواطنين بأي شكل من الأشكال.
- المادة (٤٢): يحظر على الصحفي:
- أ. ممارسة أي عمل آخر غير المهنة الصحفية بما في ذلك الأعمال التجارية وتمثيل الشركات في أعمالها التجارية والصناعية.
- ب. الجمع بين عضوية النقابة وأي نقابة أخرى.
- ج. ممارسة المهنة الصحفية بصورة تخالف التشريعات النافذة وميثاق الشرف الصحفي.
- د. القيام بأي عمل أو تصرف يتنافى مع كرامة المهنة أو يسيء إلى النقابة أو إلى أعضائها.
- هـ الخروج على قواعد اللياقة وتقاليد المهنة في التعامل مع زملائه أو مع الآخرين.
- و. قبول أي هبات أو تبرعات مالية أو عينية أو مساعدات أخرى مهما كان نوعها أو صورتها.
- قانون نقابة الصحفيين: يعاقب قانون نقابة الصحفيين على مخالفة اداب المهنة المواد ٢٦– ٥١ من قانون النقابة، وقد تصل عقوبة مخالفتها إلى المنع النهائي من ممارسة المهنة. ((قرار المجلس التأديبي بالمنع المؤقت من ممارسة المهنة، ولو ليوم واحد، يعني حرمان الصحفي مدى الحياة من ان يكون نقيبا للصحفيين أو عضو مجلس أو رئيس تحرير.
- في كل الأحوال إذا تم تحريك شكوى ضد صحفي من المهم أن يتذكر أن أول ضمانة مقررة له في التحقيق هي ابلاغ النقابة قبل التحقيق معه (مادة ٤٥ من قانون النقابة ١٥ لسنة ١٩٩٨).